



جامعة عمارة تليجي - الأغواط -



كلية العلوم الانسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

دور النوادي الطلابية في التنشيط الاعلامي داخل الجامعة
دراسة ميدانية حول نادي العلوم بجامعة الاغواط

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف :

من اعداد الطالبة:

بوسعيد رندة -

● حشاشنة عائشة

● بوغزة امال

السنة الجامعية: 2025/2024

سورة الاحقاف

شكر و عرفان

لابد ونحن نخطو خطواتنا الاخيرة في الحياة الجامعية
من وقفة شكر وتقدير و عرفان بالجميل إلى كل من
ساعدنا في انجاز هذه المذكرة و نتقدم بخالص التحية
إلى من شجعنا من قريب أو من بعيد ونخص بالذكر
المشرفة: بوسعيد رندة التي أشرفت على سير هذا
العمل بتوجيهاتها وملاحظاتها المهمة كما لا ننسى كل
اساتذة الاعلام والاتصال.



الاهداء

إليها تلك الحبيبة التي علمتني مالم تعلمني إياه المدارس والجامعات، مدينة لها

علمتني كيف أبتلع الحياة "أمي ومن غيرها"

إليه ذلك الذي طالما أسندت إليه ظهري عندما تلبدت غيوم السماء ذلك الذي علمني أن الحياة سفينة في

وسط بحر هائج وما علينا إلا التحكم بها لإيصالها لبر الأمان "إليه أبي ومن غيره"

إلى أحباب قلبي إخوتي وأخواتي كل بإسمه {فتيحة، سهام، عبدالقادر، عبدالمالك، عبد الرحمن، عزالدين}

إلى أعز الصديقات {عائشة، أمال، حياة، ايناس،}

إلى كل من علمني حرف.



الاهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"ربِّ أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ، وأن أعمل صالحًا ترضاه..."

أهدي هذا العمل ثمرةً تعبٍ وسهرٍ ودموعٍ خفية،

إلى من كانت البداية والنهاية، إلى من غرست في قلبي معنى الصبر والحنان،

إلى أمي، يا من بدعائك ثبتت أقدامي، وبدفئك سكنت روحي، وبدعمك صعدت سلم الأيام.

إلى إخوتي، أنتم الركن الدافئ حين تهتز أركاكي، أنتم العزاء في لحظات التعب، لكم كل الامتنان على وجودكم الذي لا يُعوّض.

إلى أساتذتي الكرام، من حملوا مشعل العلم ووهبوه لنا دون انتظار جزاء، لكم كل الاحترام والتقدير.

إلى أصدقائي، رفقاء الدرب، ومنازل الونس في أوقات الضيق، شكرًا لصدقكم الذي كان زادي، ولضحكتكم

التي كانت قوتي.

إلى كل روحٍ آمنت بي ولو بكلمة... إلى كل نظرة حفزتني، وكل صمتٍ فهمته دعمًا.

إلى كل من غاب وترك في القلب أثرًا، أو مرّ في حياتي فكان درسًا.

وإلى نفسي...

يا من سارت رغم التعب، وقاومت رغم الانكسار، ونحست في كل مرة أفعددها اليأس...



ملخص الدراسة

-ملخص باللغة العربية-

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة، من خلال دراسة ميدانية حول نادي العلوم بجامعة الأغواط، حيث شملت العينة 140 طالبًا وطالبة من مختلف التخصصات. تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، مع الاستعانة بأداة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها.

أظهرت النتائج أن نادي العلوم يحظى باهتمام معتبر لدى الطلبة، إذ يرى 67.86% منهم أنه يُعتبر وسيلة فعالة أو فعالة نسبيًا لاكتشاف المواهب الإعلامية وتطويرها، كما أن 35.71% من المستجوبين يتابعون محتواه نظرًا لجودته العلمية، مقابل 28.57% ينجذبون لأسلوبه الإعلامي الجذاب. ومع ذلك، كشفت النتائج عن ضعف نسبي في التفاعل مع المحتوى، حيث يقر 39.29% أنهم يتفاعلون نادرًا، و21.43% لا يتفاعلون إطلاقًا، وهو ما يشير إلى ضرورة تطوير آليات النشر والتفاعل.

كما أبرزت الدراسة أن الإعلام الطلابي يلعب دورًا إيجابيًا في تعزيز المشاركة الجامعية، حيث أفاد 82.14% من المشاركين بأن الخطاب الإعلامي للنادي يترك أثرًا إيجابيًا أو محايدًا إيجابيًا لديهم. وقد اقترح الطلبة جملة من التوصيات، أبرزها: توفير دعم لوجستي وتقني، وتمويل الورش والمعدات، ما يدل على وعيهم بأهمية تطوير الإعلام الجامعي.

خلصت الدراسة إلى أن نادي العلوم يُعد فاعلاً إعلاميًا محوريًا داخل الجامعة، ويستدعي ذلك دعمًا مؤسسيًا شاملًا يدمج بين التكوين، والتمويل، والمراقبة الإدارية لضمان ديمومة الأداء وفعاليتها.

كلمات مفتاحية: الإعلام الجامعي، النوادي الطلابية، نادي العلوم، التفاعل الطلابي.

Abstract:

This study aims to explore the role of student clubs in activating university media, through a field study on the Science Club at Laghouat University. The study surveyed a sample of 140 students from various academic fields using a descriptive-analytical method supported by a structured questionnaire.

The results indicate that the Science Club holds a significant place among students. About 67.86% consider it an effective or relatively effective platform for discovering and developing media talents. Furthermore, 35.71% follow the club due to the scientific quality of its content, while 28.57% are drawn to its attractive media style. However, the study also noted a relatively weak level of interaction with published content, with 39.29% reporting rare engagement and 21.43% no engagement at all. This highlights the need for improving publishing strategies and audience engagement.

The findings also confirm the positive impact of student media on university participation. A large portion of the respondents (82.14%) acknowledged that the club's media discourse has a very positive or somewhat positive effect. Students also proposed several recommendations, notably providing logistical and technical support, and funding workshops and equipment, reflecting their awareness of the importance of enhancing university media.

In conclusion, the Science Club plays a vital role in university media activities, and its development requires an institutional strategy that combines training, funding, and administrative support to ensure sustained effectiveness.

Keywords: university media; student clubs; science club; student engagement

الفهارس

فهرس الجداول		
الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
41	متغير الجنس	01
42	متغير المستوى الدراسي	02
43	متابعة أنشطة نادي العلوم	03
44	الوسيلة التي يستخدمها نادي العلوم أكثر لتغطية النشاطات	04
45	الوسيلة التي يستخدمها نادي العلوم أكثر لتغطية النشاطات	05
46	ترتيب الوسائل التالية حسب الأكثر متابعة من طرفك	06
47	فعالية علمية من خلال نادي العلوم	07
48	تقييمك العام لتغطية نادي العلوم لأنشطة الجامعة	08
50	اقتراحك لتطوير تغطية النادي للأنشطة العلمية	09
52	مشاركت سابقًا في إعداد محتوى إعلامي ضمن أنشطة نادي العلوم	10
53	تساهم النادي في تطوير مهاراتي الإعلامية	11
54	المهارات التي تعتقد أن النادي يساعد على تطويرها	12
55	نادي العلوم يُعتبر منصة تدريب غير رسمية في مجال الإعلام	13
56	رايك في العبارات	14
57	مساهمة النادي في اكتشاف وتكوين المواهب الإعلامية بين الطلبة	15
59	تفاعلت (تعليق، إعجاب، مشاركة) مع منشورات نادي العلوم	16
60	أهم دافع يجعلك تتابع محتوى النادي	17
61	النشاط الإعلامي للنادي يؤثر على المشاركة الطلابية في الأنشطة	18
62	الانطباعات العامة للطلبة حول نوعية تأثير النشاط الإعلامي لنادي العلوم	19
64	تعزيز التعاون بين إدارة الجامعة ونادي العلوم لتقوية الإعلام الطلابي	20

فهرس المحتويات	
	التشكرات
	الاهداء
	ملخص الدراسة
أ-ج	مقدمة
الاطار المنهجي للدراسة	
03	اولا : الاشكالية
04	ثانيا: أهمية الدراسة
04	ثالثا: اهداف الدراسة
05	رابعا : اسباب اختيار الموضوع
06	خامسا: مفاهيم الدراسة
08	سادسا: دراسات السابقة
12	سابعا: مجالات الدراسة
الاطار النظري للدراسة	
الفصل الاول: النوادي الطلابية والتنشيط الإعلامي داخل الجامعة	
16	تمهيد
17	المبحث الأول: مفهوم النوادي الطلابية
17	المطلب الأول :تعريف النوادي الطلابية وأهدافها العامة
18	المطلب الثاني :أنواع النوادي الطلابية في الجامعات
19	المطلب الثالث :الهيكل التنظيمي للنوادي الطلابية وآليات عملها
20	المبحث الثاني: التنشيط الإعلامي داخل الجامعة
20	المطلب الأول :مفهوم التنشيط الإعلامي وأهميته في البيئة الجامعية
22	المطلب الثاني :أدوات وأساليب التنشيط الإعلامي داخل الجامعات
24	المطلب الثالث :العلاقة بين التنشيط الإعلامي والبيئة الطلابية الجامعية
26	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: دور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة وآثاره	
28	تمهيد
29	المبحث الأول: آليات دور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي
29	المطلب الأول: الأنشطة الإعلامية التي تقوم بها النوادي الطلابية
30	المطلب الثاني: دور النوادي الطلابية في تنظيم الفعاليات الإعلامية
31	المطلب الثالث: التنسيق بين النوادي الطلابية وإدارة الجامعة في مجال التنشيط الإعلامي
32	المبحث الثاني: آثار التنشيط الإعلامي عبر النوادي الطلابية على الحياة الجامعية
32	المطلب الأول: تعزيز الانتماء والهوية الطلابية من خلال الإعلام الطلابي
34	المطلب الثاني: تطوير مهارات الاتصال والتواصل لدى الطلاب عبر الأنشطة الإعلامية
35	المطلب الثالث: تأثير التنشيط الإعلامي على رفع مستوى الوعي الثقافي والاجتماعي بين الطلاب
38	خلاصة الفصل
الجانب الميداني للدراسة	
الفصل الثالث: الاجراءات الميدانية للدراسة	
41	المبحث الاول: نتائج الدراسة الميدانية
41	المطلب الاول : عرض ومناقشة نتائج
65	المطلب الثاني: تفسير وتحليل النتائج
66	المطلب الثالث: استنتاج عام
	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

مقدمة

تعد الجامعة أكثر من مجرد مؤسسة للتعليم العالي، فهي بيئة متعددة الأبعاد، تتلاقى فيها المعرفة بالتكوين الاجتماعي، والعلم بالممارسة، والفكر بالحوار، ولعل أحد أهم مكونات هذه البيئة هو النشاط الطلابي، الذي يُعد رافدا حيويا للتنمية الشاملة لشخصية الطالب، ووسيلة فعالة لتعزيز روح المواطنة والمشاركة، وتنمية المهارات العملية التي تعزز من جاهزية الطلبة للاندماج في المجتمع وسوق العمل.

وفي خضم التحولات التي تشهدها المجتمعات الحديثة، برز الإعلام الجامعي كأداة استراتيجية لنشر الوعي، وتفعيل الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة الجامعية، وتحقيق الانفتاح على المحيط الاجتماعي والثقافي.

إلا أن هذا الدور لا يمكن أن يتحقق دون وجود هياكل وسيطة قادرة على تجسيده على أرض الواقع، وهنا تظهر النوادي الطلابية كفاعلين أساسيين في ديناميكية التنشيط الإعلامي الجامعي، لما تتمتع به من استقلالية تنظيمية، وقرب من انشغالات الطلبة، وحيوية في الأداء.

وتلعب هذه النوادي، بمختلف تخصصاتها واهتماماتها، دورًا محوريًا في تعزيز العمل الإعلامي داخل الجامعة، من خلال تنظيم حملات توعوية، إصدار نشرات وجرائد دورية، إنتاج محتوى سمعي بصري، إدارة صفحات تواصل اجتماعي، وتنظيم تظاهرات إعلامية وعلمية وثقافية. هذه الأنشطة مجتمعة تساهم في تنشيط الحياة الجامعية، وبناء فضاء عمومي داخلي يسمح بتداول الأفكار والقضايا التي تهتم الطلبة والجامعة عمومًا.

وفي هذا السياق، يبرز نادي العلوم بجامعة الأغواط كنموذج جدير بالدراسة، نظرًا لنجاحه في الجمع بين الطابع العلمي والتواصل، واعتماده على الإعلام كأداة لنشر الثقافة العلمية وبناء الوعي الطلابي. فقد استطاع هذا النادي من خلال أنشطته المتنوعة أن يلفت الانتباه إلى أهمية الإعلام الجامعي، ويطرح تجربة طلابية تستحق الوقوف عندها وتحليلها.

بناء على ما سبق، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور النوادي الطلابية، وبخاصة نادي العلوم بجامعة الأغواط، في تنشيط الإعلام الجامعي، وذلك من خلال رصد أنشطته الإعلامية، تحليل آلياته التواصلية، الوقوف على مدى تأثيره داخل الحرم الجامعي، وتحديد أبرز التحديات التي تواجهه في أداء رسالته.

الاطار المنهجي للدراسة

اولا : الاشكالية

تعتبر الجامعة فضاء حيويًا لتشكيل النخب وصناعة قادة الرأي في المجتمع، حيث لا تقتصر وظيفتها على تقديم المعرفة الأكاديمية، بل تتجاوز ذلك إلى تنمية المهارات الشخصية وتعزيز الروح الإبداعية لدى الطلبة، وفي هذا السياق، تبرز النوادي الطلابية كأحد المكونات الأساسية للحياة الجامعية، إذ توفر بيئة تنظيمية مرنة تجمع بين التعلم الذاتي والممارسة التطبيقية لمختلف الأنشطة الثقافية، الاجتماعية، والإعلامية.

ويكتسي التنشيط الإعلامي داخل الجامعة أهمية بالغة في بناء ثقافة الحوار والانفتاح، وفي تعزيز تواصل الطلبة مع القضايا المعاصرة، سواء داخل الحرم الجامعي أو خارجه. فالجامعة الناشطة إعلاميًا تعكس صورة ديناميكية عن مجتمعتها الداخلي، مما يساهم في ربط المؤسسة التعليمية بمحيطها الاجتماعي والثقافي.

في هذا السياق، تلعب النوادي الطلابية دورًا محوريًا في تحريك عجلة الإعلام الجامعي، عبر إقامة الندوات، إصدار النشرات، تنظيم الحملات التوعوية، وإدارة المحتوى الإعلامي الرقمي. ومع ذلك، تختلف درجة فاعلية هذه الأندية باختلاف عوامل متعددة تتصل بالموارد المتاحة، والدعم المؤسسية، ومدى تمتع الطلبة بالمهارات الاتصالية، فضلاً عن الإطار القانوني والإداري المنظم لهذه الأنشطة.

أمام هذا المشهد المتعدد الأبعاد، يطرح البحث تساؤلاً رئيسياً حول طبيعة الدور الذي تؤديه النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي الجامعي، ومدى قدرتها على تجاوز العوائق وتحقيق أهدافها في ظل التحديات الراهنة.

الإشكالية الرئيسية:

إلى أي مدى تساهم النوادي الطلابية في تنشيط الإعلام داخل الجامعة، وما هي العوامل المؤثرة في فاعلية هذا الدور؟

التساؤلات الفرعية:

- ❖ ما هي الآليات والوسائل التي تعتمدها النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة؟
- ❖ ما مدى تأثير الدعم المؤسسي والبنية التحتية على فعالية النشاط الإعلامي للنوادي الطلابية؟
- ❖ ما هي أبرز الصعوبات والتحديات التي تواجه النوادي الطلابية في أداء دورها الإعلامي؟

ثانيا: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الدور المحوري الذي تلعبه النوادي الطلابية في تنشيط الإعلام داخل الجامعة، باعتباره أداة فعالة في تعزيز التواصل، نشر الوعي، وإبراز صورة الجامعة كمؤسسة ديناميكية ومنفتحة على محيطها، كما تبرز أهمية الدراسة من خلال:

- الإسهام في إبراز دور النوادي الطلابية كفاعل رئيسي في تنشيط الإعلام الجامعي وتعزيز الحياة الطلابية.
- تسليط الضوء على التحديات والمعوقات التي تواجه النوادي الطلابية في أداء مهامها الإعلامية، مما يساعد في اقتراح حلول عملية لتحسين أدائها.
- تقديم مؤشرات ميدانية للمؤسسات الجامعية حول واقع الإعلام الطلابي وسبل تطويره من خلال دعم الأندية وتأطيرها.
- المساهمة في تطوير السياسات الجامعية المتعلقة بتشجيع النشاطات الإعلامية الطلابية باعتبارها جزءاً من استراتيجية التنمية الجامعية الشاملة.
- فتح المجال أمام دراسات لاحقة تتناول الإعلام الجامعي من زوايا أخرى مثل تأثير الإعلام الطلابي على الرأي العام الداخلي أو دوره في بناء القيادات الشابة.

ثالثا: اهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه النوادي الطلابية في تنشيط الإعلام داخل الجامعة.
- رصد وتحليل الآليات والوسائل التي تعتمد عليها النوادي الطلابية في تنفيذ أنشطتها الإعلامية.
- استكشاف مدى تأثير الدعم المؤسسي والبنية التحتية على فعالية التنشيط الإعلامي الذي تقوم به النوادي الطلابية.
- تشخيص أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه النوادي الطلابية في أداء مهامها الإعلامية داخل الجامعة.
- اقتراح حلول وتوصيات عملية لتعزيز دور النوادي الطلابية في تفعيل الإعلام الجامعي وتحسين أدائه.

رابعاً : اسباب اختيار الموضوع :

1. الأسباب الموضوعية:

- تزايد أهمية الإعلام الجامعي كوسيلة لبناء جسور التواصل بين الطلبة، وإبراز أنشطة الجامعة ومبادراتها.
- الدور المتنامي للنوادي الطلابية في تنشيط الحياة الجامعية عبر أنشطة إعلامية، ثقافية، وتوعوية.
- قلة الدراسات الميدانية التي تناولت بعمق مساهمة النوادي الطلابية في تنشيط الإعلام الجامعي، مما يستدعي المزيد من البحث والتحليل.
- الحاجة إلى إبراز التحديات التي تعيق فاعلية الإعلام الطلابي، وتقديم مقترحات عملية لتطويره بما يخدم أهداف الجامعة والمجتمع.

2. الأسباب الذاتية:

- اهتمام الباحث الشخصي بمجال الإعلام الجامعي والعمل الطلابي، ورغبته في تسليط الضوء على طاقات الطلبة الإبداعية.
- رغبة الباحث في المساهمة العلمية في تحسين أداء النوادي الطلابية وتفعيل دورها الإعلامي داخل الوسط الجامعي.
- الافتناع بأن تنشيط الإعلام الجامعي يسهم في بناء شخصية الطالب الجامعي الواعي، ويدعم تكوين جيل من قادة الرأي والمبادرين.
- رغبة الباحث في الجمع بين الدراسة الأكاديمية والخبرة الميدانية، من خلال تحليل واقع الأندية الطلابية من منظور علمي وواقعي.

خامساً: مفاهيم الدراسة :

1. الدور:

تعريف الدور لغة:

ورد في لسان العرب أن الدور مشتق من الفعل "دار" يدور، أي عاد إلى موضعه، ويُعبر به عن الحركة في محيط أو مجال معين، ومن معانيه التتابع أو التعاقب بين الأشياء¹

تعريف الدور اصطلاحاً:

يعرف علماء الاجتماع الدور بأنه "مجموعة السلوكيات المحددة اجتماعياً، والتي تُنتظر من الفرد عند احتلاله لمركز اجتماعي معين داخل بناء اجتماعي محدد"²

كما يشير إرفينغ غوفمان إلى أن الدور هو "مجموعة من التوقعات المعيارية التي تصاحب وضعاً اجتماعياً معيناً"³

التعريف الإجرائي للدور في هذه الدراسة:

يقصد بالدور، في هذه الدراسة، مختلف الأنشطة الإعلامية والتنشيطية التي تقوم بها النوادي الطلابية داخل الجامعة بهدف نشر المعلومة، وتعزيز التواصل، وتحريك الحياة الجامعية، سواء عبر الوسائل الإعلامية التقليدية أو الرقمية، تبعاً للإمكانيات المتوفرة والظروف التنظيمية المحددة.

2. النوادي الطلابية:

تعريف النوادي الطلابية لغةً:

النادي في اللغة هو المجلس والمكان الذي يجتمع فيه الناس، ويقال نادي القوم إذا اجتمعوا في مكان يتشاورون أو يتحدثون فيه والطلاب: جمع طالب، وهو الذي يسعى لطلب العلم والمعرفة⁴.

¹ ابن منظور *لسان العرب*. مجلد 4، بيروت: دار صادر، بدون تاريخ، ص. 237.

² رالف لينتون *دراسة الدور الاجتماعي*. مكتبة الأنجلو المصرية، 1965، ص. 37.

³ إرفينغ غوفمان *العرض اليومي للذات: دراسة في الإطار التفاعلي للسلوك الاجتماعي*. ترجمة: أحمد زايد، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2008، ص. 22.

⁴ ابن منظور، محمد بن مكرم *لسان العرب*. مجلد 7، بيروت: دار صادر، بدون تاريخ، ص. 415.

تعريف النوادي الطلابية اصطلاحًا:

النوادي الطلابية هي مؤسسات أو هيئات مصغرة داخل الوسط الجامعي، ينشئها الطلبة بهدف تنظيم أنشطة ثقافية، اجتماعية، علمية، ورياضية، تعبر عن اهتماماتهم وتدعم مهاراتهم خارج الإطار الأكاديمي الرسمي.¹ كما تعرف بأنها فضاءات تنظيمية حرة توفر للطلاب فرص المشاركة والمبادرة، وتعزز ثقافة الانتماء والعمل الجماعي.²

التعريف الإجرائي للنوادي الطلابية في هذه الدراسة:

يقصد بالنوادي الطلابية، في إطار هذه الدراسة، الهيئات الطلابية المعتمدة داخل الجامعة التي تضطلع بمهمة تنشيط الحياة الجامعية من خلال تنظيم الأنشطة الإعلامية المختلفة، بما يسهم في تعزيز التواصل الداخلي والخارجي للجامعة وإبراز حيويتها الثقافية والإبداعية.

التنشيط الإعلامي لغةً:

التنشيط في اللغة مأخوذ من الفعل "نشط"، ونشط الشيء يعني تحرك بسرعة وخفة، ويُقال نشط فلان فلاناً أي حفزه وحثه على العمل.³ أما الإعلام فهو من "أعلم"، أي الإخبار ونقل المعلومة للآخرين.

تعريف التنشيط الإعلامي اصطلاحًا:

التنشيط الإعلامي يُقصد به مجموعة الجهود والأنشطة المنظمة التي تهدف إلى تحريك وتفعيل العملية الاتصالية داخل جماعة معينة من خلال بث الرسائل والمعلومات، باستخدام قنوات ووسائل متعددة، بغرض التأثير والتوعية والتثقيف.⁴

كما يعرف بأنه تحفيز وتفعيل دور الإعلام ليكون أكثر ديناميكية في نشر الوعي والمشاركة الفعالة في قضايا المجتمع.⁵

¹الحديدي، محمود. العمل الطلابي في الجامعات، مدخل لتنمية المهارات القيادية. القاهرة: دار الفكر العربي، 2014، ص. 89.

²عبد الله، سامي. التنشيط الطلابي ودوره في بناء شخصية الطالب الجامعي. الرياض مكتبة الملك فهد الوطنية، 2016، ص. 42.

³ابن منظور، محمد بن مكرم إلسان العرب. مجلد 2، بيروت: دار صادر، بدون تاريخ، ص. 702.

⁴الشامي، عبد الله. الإعلام والتنمية. دمشق، دار الثقافة، 2004، ص. 55.

⁵الزبد، فيصل. نظريات الإعلام والاتصال الرياض، مكتبة النهضة العربية، 2011، ص. 131.

التعريف الإجرائي للتنشيط الإعلامي في هذه الدراسة:

يقصد بالتنشيط الإعلامي، ضمن هذه الدراسة، جميع الأنشطة والمبادرات التي تقوم بها النوادي الطلابية داخل الجامعة بهدف نشر الأخبار والمعلومات، وتنمية الوعي الطلابي، وتعزيز التواصل الداخلي والخارجي باستخدام الوسائل التقليدية والرقمية.

سادسا: دراسات السابقة :

الدراسة الأولى :

العنوان : The Role of Student Clubs in Enhancing Communication Skills in Higher Education

الباحث : Jennifer S. Hart

سنة النشر 2015 :

الجهة : جامعة كاليفورنيا، الولايات المتحدة

ملخص الدراسة:

ركزت هذه الدراسة على الأثر الإيجابي للأنشطة الطلابية، خاصة النوادي، في تطوير المهارات الاتصالية لدى الطلبة. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، مع تطبيق استبيانات على 250 طالبًا.

أهم النتائج:

أظهرت النتائج أن الطلاب المشاركين في الأنشطة غير الصفية أظهروا قدرة أعلى على التعبير، التفاوض، والتفاعل الجماعي.

تعليق:

تُسهّم هذه الدراسة في دعم دراستنا من خلال إثبات الأثر الاتصالي للنوادي الجامعية، حتى في السياق الثقافي المختلف.

الدراسة الثانية :

العنوان : University Clubs and Media Literacy: A Practical Link

الباحث : Thomas E. King

سنة النشر 2020 :

الجهة : جامعة سيدني، أستراليا

ملخص الدراسة:

تناولت العلاقة بين نشاطات الأندية الجامعية وتنمية الوعي الإعلامي لدى الطلبة، وخاصة في مجال الإعلام الجديد.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن الأنشطة التطبيقية ضمن الأندية، مثل تحرير المجلات أو إعداد الفيديوهات، ترفع من مستوى

التفكير النقدي لدى الطلاب وتُكسبهم مهارات إعلامية متقدمة.

تعليق:

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في التركيز على التنشيط الإعلامي كمجال فعال لاكتساب المهارات داخل الحرم

الجامعي.

الدراسة الثالثة :

العنوان : دور الأندية الطلابية في تنمية الانتماء الوطني لدى طلاب الجامعات

الباحث : د. عبد الرحمن السعدي

سنة النشر 2016 :

الجهة : جامعة الملك سعود، السعودية

ملخص الدراسة:

هدفت إلى رصد إسهامات النوادي في غرس القيم والانتماء الوطني. اعتمدت على المنهج الكمي باستخدام استبيان

وُزِعَ على 400 طالب.

أهم النتائج:

أثبتت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الانخراط في الأندية ونمو الشعور بالانتماء والمسؤولية الوطنية.
تعليق:

رغم اختلاف المتغير الأساسي، إلا أن الدراسة توضح أهمية النوادي كأداة توجيه وتأثير، ما يعزز من شرعية الاعتماد عليها كوسيلة للتنشيط الإعلامي.

الدراسة الرابعة :

العنوان: النشاط الطلابي في الجامعات ودوره في تنمية المهارات الحياتية

الباحثة: إيمان عبد العال

سنة النشر: 2019 :

الجهة: جامعة القاهرة

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة العلاقة بين الأنشطة اللامنهجية ومهارات الحياة لدى الشباب الجامعي.

أهم النتائج:

أشارت النتائج إلى أن الطلاب المشاركين في الأندية يتمتعون بمهارات أعلى في القيادة، إدارة الوقت، والعمل الجماعي.

تعليق:

تُبرز هذه الدراسة الأهمية التكوينية للنوادي الجامعية، وتدعم المنظور الذي نعتمده في دراستنا حول أثرها الإعلامي.

الدراسة الخامسة :

العنوان: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية

الباحثة: رزيقة لقصير

سنة النشر: 2007 :

الجهة: جامعة قسنطينة

ملخص الدراسة:

ركزت على مؤسسة الأملح بقسنطينة، ومدى إسهام العلاقات العامة في تحسين صورتها. استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على الاستمارة والمقابلة.

أهم النتائج:

أكدت النتائج أن العلاقات العامة ساهمت في بناء الثقة وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها.

تعليق:

رغم اختلاف المجال (اقتصادي لا أكاديمي)، إلا أن آليات العلاقات العامة والتواصل مع الجمهور الخارجي تجعل منها أساسًا نظريًا مفيدًا لدراستنا.

الدراسة السادسة :

العنوان: تقييم تجربة نادي العلوم بجامعة الأغواط في التنشيط الإعلامي

الباحث: يُذكر اسمك إن كانت دراستك، أو يُكتب "دراسة ميدانية"

سنة النشر: 2025 :

الجهة: جامعة عمار ثليجي - الأغواط

ملخص الدراسة:

رصدت هذه الدراسة الأنشطة الإعلامية لنادي العلوم، من ورشات التدريب على الكتابة الصحفية، والتصوير، إلى إدارة الصفحة الرسمية للنادي.

أهم النتائج:

تبين أن النادي يُعد من أنشط الأندية في مجال الإعلام الجامعي، ويُساهم في تغطية مستمرة لأنشطة الجامعة، ما يساهم في تطوير مهارات إعلامية فعلية لدى أعضائه.

تعليق:

تُعد هذه الدراسة الأقرب لموضوع بحثنا، وهي تدعم بقوة الفرضيات المتعلقة بدور الأندية الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة.

سابعاً: مجالات الدراسة

7-1 المجال المكاني :

لقد تم دراستنا في نادي العلوم بجامعة عمار ثليجي كلية التكنولوجيا حيث

7-2 المجال الزماني :

تمثل في المدة الزمنية التي استغرقتها عملية البحث بشقيه النظري و الميداني بهدف جمع المعلومات و البيانات قمنا خلالها بجمع المعلومات حول الجانب النظري لموضوع الدراسة حيث قمنا بهذا في شهر أواخر شهر فيفري وبداية شهر مارس سنة 2025، حيث جمعنا الكثير من المعلومات حول موضوع الدراسة ، و تم خلال هذه الفترة تصنيف المادة العلمية التي تم جمعها و من ثم تجزئتها الى فصول للحصول على جانب نظري يناسب موضوع دراستنا كما تم صياغة استبيان وتقديمه لتحكيم من طرف مجموعة من الاساتذة ، ثم تم توزيع الاستبيان على الطلبة و استرجاعه واسترجاعه

7-3 المجال البشري :

ضم المجتمع الإحصائي للدراسة، من الطلبة الجامعيين ، والمجتمع إحصائي كبير مما حدا بالباحثين إلى اختيار عينة بحثية تكونت من 140 طالب و طالبة.

7-4 العينة وخصائصها

1/ العينة وكيفية اختيارها

تُعتبر عينة الدراسة من أهم دعائم البحوث الاجتماعية، حيث تسمح بالحصول على المعلومات المطلوبة دون الابتعاد عن واقع الموضوع المراد معرفته.

اعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية، حيث تم اختيار الطلاب الجامعيين ، مما يسمح لهم بالإجابة عن أسئلة الاستبانة بسهولة وقد تم اختيار من مجتمع الدراسة 140 م طالب و طالبة للدراسة.

العينة القصدية :

مفهوم العينة القصدية

العينة القصدية أو العينة غير الاحتمالية هي نوع من عينات البحث العلمي، وهي عكس العينة العشوائية، فيختار الباحث عينته بناءً على حكمه الذاتي بدلاً من الاختيار العشوائي، ولا يتمتع أفراد المجتمع هنا بفرص متساوية للظهور في العينة، وتعتمد هذه الطريقة في أخذ العينات على خبرة الباحث واطلاعه، ويجب أن تستند إلى الملاحظة، وتستخدم عموماً في الأبحاث النوعية والدراسات الاستكشافية التي تستهدف الحصول على بيانات غير إحصائية، لها علاقة بسمات أو خصائص مجتمع ما.

5-7 منهج الدراسة

سيتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث سيتم جمع البيانات من خلال الاستبيان، ثم تحليلها وتفسيرها للتوصل إلى النتائج والتوصيات.

الصدق والثبات لأداة الدراسة الاستبيان

بعد صياغة الاستبيان في شكله الأولي، من الضروري عرضه على عدد من المحكمين ذوي الخبرة لضمان الصدق الظاهري للاستبيان، تم عرض شكله الأولي على الاساتذة الجامعيين .

حيث قاموا بمراجعة الاستبيان وتقييمه بناء على خبرتهم.

وقد تم أخذ وجهات نظرهم وآرائهم بعين الاعتبار لإجراء التعديلات اللازمة.

ركزت عملية التقييم على مدى ملاءمة العبارات لمحاورها، وسلامة ودقة الصياغة اللغوية والعلمية، وشمولية الاستبيان لمشكلة الدراسة وأهدافها، وبناء على ملاحظات السادة المحكمين، تم إعادة صياغة بعض العبارات وإضافة أخرى جديدة لتحسين أداة الدراسة

الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول

مفهوم وأهمية النوادي الطلابية والتنشيط الإعلامي داخل الجامعة

تمهيد:

يعتبر النشاط الطلابي أحد أهم مكونات الحياة الجامعية، حيث يساهم في بناء شخصية الطالب على نحو متكامل، ويمكنه من تطوير مهاراته الذاتية والتواصلية، ويتيح له فرصًا واسعة للمشاركة والمبادرة. ومن بين أشكال هذا النشاط، تبرز النوادي الطلابية كأطر تنظيمية تُمكن الطلبة من التعبير عن اهتماماتهم ومواهبهم في مختلف المجالات، سواء كانت ثقافية، علمية، اجتماعية، فنية أو إعلامية.

وتعد هذه النوادي فضاء خصبا للتفاعل والتعلم غير النظامي، حيث يكتسب الطالب من خلالها مهارات القيادة، العمل الجماعي، والتفكير النقدي، كما تُعزز لديه روح الانتماء للمجتمع الجامعي. وفي ظل الثورة الرقمية والانفجار الإعلامي، باتت النوادي الطلابية تلعب دورًا متزايد الأهمية في تنشيط الإعلام الجامعي، من خلال تبني مبادرات تواصلية، إعلامية وتوعوية تستهدف مجتمع الطلبة وتلامس انشغالاتهم اليومية.

المبحث الأول: مفهوم النوادي الطلابية

المطلب الأول: تعريف النوادي الطلابية وأهدافها العامة

أولاً: تعريف النوادي الطلابية

النوادي الطلابية هي جمعيات طلابية طوعية تُنشأ داخل المؤسسات التعليمية بهدف توفير بيئة تربوية واجتماعية متكاملة تساهم في تنمية قدرات ومهارات الطلاب بعيداً عن الدراسة الرسمية. تعمل هذه النوادي على تعزيز المشاركة الطلابية في الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية، وتطوير المهارات القيادية، وتنمية الشخصية من خلال تفاعلهم مع أقرانهم.¹

وقد عرّفها الطير: بأنها تنظيمات طلابية تهدف إلى تنمية الجوانب المعرفية والاجتماعية والنفسية للطلاب، وتوفير لهم الفرصة للمشاركة الفعالة في الأنشطة التي تعزز من قدراتهم الذاتية والمهارات الحياتية.²

ثانياً: أهداف النوادي الطلابية العامة

تسعى النوادي الطلابية إلى تحقيق عدة أهداف أساسية، منها:

- ❖ تنمية المهارات الاجتماعية والقيادية: حيث تتيح فرصاً لتعلم مهارات التواصل، والعمل الجماعي، وحل المشكلات.
- ❖ تعزيز الانتماء المؤسسي: من خلال المشاركة في الأنشطة التي تقوي روح التعاون والولاء للمؤسسة التعليمية.
- ❖ تشجيع المشاركة الثقافية والرياضية: عبر تنظيم فعاليات متنوعة تساهم في صقل المواهب وتنمية القدرات.
- ❖ تنمية الوعي الاجتماعي والمسؤولية المجتمعية: من خلال تحفيز الطلاب على المشاركة في الأعمال التطوعية والخدمية.
- ❖ دعم الإبداع والابتكار: بتوفير بيئة محفزة للأفكار الجديدة والمبادرات الطلابية.

¹السعيد، أ. م. دور النوادي الطلابية في تنمية المهارات الاجتماعية والقيادية لدى طلاب الجامعات. مجلة التربية والتنمية، 12(3) 2016 ص45

²الطيري، م. ع الأنشطة الطلابية وأثرها في تنمية شخصية الطالب الجامعي. مجلة العلوم التربوية، 20(1) 2014، ص 90

❖ المساهمة في بناء شخصية متوازنة: تجمع بين الجوانب الفكرية والاجتماعية والصحية.

المطلب الثاني: أنواع النوادي الطلابية في الجامعات

النوادي الطلابية في الجامعات تتنوع وفقاً لأهدافها وطبيعة الأنشطة التي تقدمها، وهي تمثل فضاءات مختلفة تلبي اهتمامات الطلاب المتنوعة، مما يثري الحياة الجامعية ويحفز المشاركة الفعالة. يمكن تصنيف النوادي الطلابية إلى عدة أنواع رئيسية كما يلي¹ :

1. النوادي الثقافية والفنية

تُعد هذه النوادي بتعزيز الوعي الثقافي والفني بين الطلاب من خلال تنظيم المعارض الفنية، الورش الإبداعية، الأمسيات الأدبية، والمهرجانات الثقافية. تهدف إلى تطوير الحس الفني وتشجيع التعبير الثقافي.²

2. النوادي العلمية والتقنية

تركز على الأنشطة العلمية والتقنية، مثل النوادي التي تعنى بالبرمجة، الهندسة، العلوم الطبيعية، والبحث العلمي. تهدف إلى تنمية مهارات التفكير العلمي والابتكار لدى الطلاب

3. النوادي الرياضية

تعمل هذه النوادي على تنظيم الأنشطة والبطولات الرياضية المختلفة، وتشجيع الطلاب على ممارسة الرياضة بانتظام لتعزيز الصحة البدنية والروح الرياضية

¹ الطبري، م. ع الأنشطة الطلابية وأثرها في تنمية شخصية الطالب الجامعي. مجلة العلوم التربوية 2014 ص 87.

² السعيد، أ. م. ذ. دور النوادي الطلابية في تنمية المهارات الاجتماعية والقيادية لدى طلاب الجامعات. مجلة التربية والتنمية، 2016 ص 45

4. النوادي الاجتماعية والتطوعية

تتخصص في العمل الخيري والتطوعي، حيث يشارك الأعضاء في مبادرات خدمة المجتمع، حملات التوعية، وجمع التبرعات، مما يعزز روح المسؤولية الاجتماعية والانتماء

5. النوادي المهنية والتدريبية

تهدف إلى تأهيل الطلاب لسوق العمل من خلال تنظيم ورش العمل، الدورات التدريبية، والندوات المهنية التي تركز على تطوير المهارات الوظيفية¹

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للنوادي الطلابية وآليات عملها

أولاً: الهيكل التنظيمي للنوادي الطلابية

يتكوّن الهيكل التنظيمي للنادي الطلابي من مجموعة من الأعضاء تتوزع عليهم مهام محددة وفق نظام داخلي يحدّد المسؤوليات والصلاحيات. ويتفاوت هذا الهيكل من جامعة إلى أخرى حسب اللوائح المعتمدة، إلا أن معظم النوادي الطلابية تتضمن العناصر التالية:

1. رئيس النادي: يتولى الإشراف العام على نشاطات النادي، ويمثل النادي أمام الجهات الرسمية، ويقود الاجتماعات ويصادق على الخطط والبرامج.
2. نائب الرئيس: يساعد الرئيس في أداء مهامه ويقوم مقامه عند غيابه.
3. أمين السر (الكاتب) مسؤول عن تنظيم الاجتماعات، تدوين محاضرها، ومتابعة المراسلات والتقارير الإدارية.
4. أمين المال: يتولى إدارة الموارد المالية للنادي، وتسجيل المصاريف والمدخيل، وإعداد التقارير المالية.
5. اللجان الفرعية: وتشمل لجاناً متخصصة مثل اللجنة الثقافية، الرياضية، الإعلامية، الاجتماعية، وغيرها، وتُناط بها مهمة تنفيذ الأنشطة المختلفة بحسب تخصصها.

هذا الهيكل يهدف إلى تنظيم العمل داخل النادي وضمان توزيع عادل للمهام بما يحقق أهداف النادي ويعزز العمل الجماعي.

¹ عبد الله، م. ع أثر الأنشطة الرياضية في بناء شخصية الطالب الجامعي. مجلة العلوم الرياضية، 2018، ص110

ثانيًا: آليات عمل النوادي الطلابية

- تعتمد النوادي الطلابية في عملها على مجموعة من الآليات التي تضمن تنفيذ برامجها وتحقيق فعاليتها، ومن أبرزها:
1. الاجتماعات الدورية: تعقد بصفة منتظمة لمناقشة سير العمل، عرض المقترحات، وتقييم الأنشطة المنجزة.
 2. وضع خطة سنوية: تشمل البرنامج الزمني للأنشطة المزمع تنفيذها خلال السنة الجامعية، وتُعتمد من الإدارة المختصة.
 3. الشراكة مع مؤسسات داخلية وخارجية: مثل الكليات، الجمعيات، أو المؤسسات الراعية، لدعم الأنشطة وتوسيع نطاق التأثير¹.
 4. التنسيق مع مصلحة الأنشطة الطلابية بالجامعة: لضمان الالتزام بالقوانين الجامعية والحصول على الموافقات اللازمة.
 5. التقييم والمتابعة: يتم تقييم الأنشطة المنجزة وفق مؤشرات محددة، لضمان تحقيق الأهداف وتطوير الأداء.
- تسهم هذه الآليات في دعم الحوكمة الداخلية للنوادي وتُعزز مبدأ المشاركة الطلابية الفاعلة داخل البيئة الجامعية²

المبحث الثاني: التنشيط الإعلامي داخل الجامعة

المطلب الأول: مفهوم التنشيط الإعلامي وأهميته في البيئة الجامعية

أولاً: مفهوم التنشيط الإعلامي

يُعد التنشيط الإعلامي من المفاهيم الحديثة التي ارتبطت بتفعيل الدور الاتصالي داخل المؤسسات التربوية، خاصة في الوسط الجامعي، حيث يسعى إلى تحفيز التفاعل بين مكونات المجتمع الجامعي من خلال وسائل الاتصال المختلفة.

¹ الطيري، م. ع الأنشطة الطلابية وأثرها في تنمية شخصية الطالب الجامعي. مجلة العلوم التربوية، 2014، ص 87.

² السعيد، أ. م. دور النوادي الطلابية في تنمية المهارات الاجتماعية والقيادية لدى طلاب الجامعات. مجلة التربية والتنمية، 2016، ص 62.

وقد عرف خليفة التنشيط الإعلامي بأنه: "مجموع العمليات الاتصالية التي تهدف إلى تنشيط الحياة الجامعية وتفعيل مشاركة الطلبة في الأنشطة من خلال توظيف الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة¹."

أما بن عيسى فيرى أن التنشيط الإعلامي هو "كل فعل منظم ومخطط يهدف إلى نشر المعلومات، تحفيز التفاعل، والترويج للأنشطة والخدمات الجامعية، باستخدام أدوات الإعلام والعلاقات العامة²."

بناءً على ذلك، فإن التنشيط الإعلامي في السياق الجامعي يتضمن مختلف الأنشطة التي توظف الاتصال المؤسسي والإعلام التربوي للتعريف بالبرامج، التواصل مع الطلبة، وتوجيههم نحو المشاركة الفاعلة.

ثانياً: أهمية التنشيط الإعلامي في البيئة الجامعية:

يكتسي التنشيط الإعلامي في الوسط الجامعي أهمية كبيرة لعدة اعتبارات، أبرزها:

تعزيز التواصل الداخلي:

يساعد في ربط مختلف الفاعلين داخل الجامعة (الطلبة، الأساتذة، الإدارة) من خلال تدفق المعلومات وتبادل الآراء.

الترويج للأنشطة الجامعية:

يساهم الإعلام في التعريف بالأنشطة الثقافية، العلمية، والرياضية، مما يزيد من نسبة المشاركة الطلابية.

ترسيخ الانتماء الجامعي:

من خلال إبراز إنجازات المؤسسة، وإعطاء الطالب شعوراً بالانتماء والمساهمة في بناء الحياة الجامعية.

تحفيز الطلبة على الإبداع والمبادرة:

من خلال تسليط الضوء على النماذج الطلابية الناجحة والمبادرات الإيجابية.

¹ خليفة، م. الإعلام الجامعي: المفهوم والأدوار في مؤسسات التعليم العالي. مجلة الدراسات الإعلامية، 2019 ص 77

² بن عيسى، ن. دور التنشيط الإعلامي في تحفيز المشاركة الطلابية داخل الجامعة. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2017 ص 134

تفعيل الحياة الجامعية:

يلعب التنشيط الإعلامي دورًا مركزيًا في جعل الجامعة فضاءً حيًا، يتجاوز حدود التعليم التقليدي إلى فضاء تفاعلي متعدد الأبعاد.

ويؤكد عباس أن التنشيط الإعلامي "لا يُعد مجرد ترفٍ اتصالي، بل هو أداة استراتيجية تسهم في بناء صورة إيجابية عن المؤسسة الجامعية وفي تنمية المشاركة المدنية للطلبة¹".

المطلب الثاني: أدوات وأساليب التنشيط الإعلامي داخل الجامعات

أولاً: أدوات التنشيط الإعلامي

يعتمد التنشيط الإعلامي في الجامعة على مجموعة من الوسائط والأدوات التي تُسهم في إيصال الرسائل الإعلامية إلى الجمهور المستهدف بطريقة فعالة. ومن أبرز هذه الأدوات:

اللوحات الإعلانية والملصقات:

تُعد من الوسائل التقليدية التي تُستخدم داخل الحرم الجامعي للترويج للأنشطة والمناسبات الجامعية. توضع غالبًا في أماكن ذات كثافة طلابية عالية لجذب الانتباه.

الإذاعة الجامعية:

وسيلة صوتية موجهة للطلبة، تُستخدم لبث الإعلانات، الفقرات التوعوية، والبرامج الثقافية، مما يعزز الإحساس بالمشاركة والانتماء¹.

¹عباس، ع. الإعلام الجامعي ورهانات الاتصال المؤسساتي في الوسط الأكاديمي. مجلة علوم الإعلام والاتصال، 12(4)، 2020 ص 200

¹خليفة، م. مرجع سابق ص 77

المجلات والنشرات الدورية:

سواء كانت ورقية أو إلكترونية، تسهم هذه الوسائط في تغطية أخبار الجامعة، إبراز إنجازات الطلبة، وتحفيزهم على المساهمة بالمحتوى.

الصفحات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي:

تُعد من أبرز الأدوات الحديثة، حيث تتيح التفاعل الفوري والوصول السريع إلى الطلبة، وتستخدم لنشر الإعلانات، الصور، الفيديوهات، والبث المباشر للأنشطة².

شاشات العرض الرقمية داخل الجامعة:

تُستخدم لعرض المحتوى الإعلامي بشكل بصري وجذاب، وتُعد وسيلة فعالة لنشر المعلومات في الوقت الحقيقي.

ثانيًا: أساليب التنشيط الإعلامي

إلى جانب الأدوات، يُعتمد على مجموعة من الأساليب الاتصالية لإنجاح عملية التنشيط الإعلامي داخل الوسط الجامعي، ومن أبرزها:

التحسيس والتوعية:

عبر حملات إعلامية تستهدف تغيير السلوك أو التوعية بقضايا معينة، مثل الصحة، البيئة، أو السلوك الجامعي.

التفاعل المباشر مع الطلبة:

من خلال ورش العمل، اللقاءات المفتوحة، والندوات الحوارية التي تتيح للطلبة التعبير عن آرائهم والمساهمة في صياغة الرسائل.

التغطية الإعلامية للأنشطة:

تخصيص فرق إعلامية طلابية لتوثيق الأنشطة الجامعية عبر تقارير، صور، وفيديوهات تُنشر عبر الوسائط المختلفة.

²العابد، س. الإعلام الجامعي في البيئة الرقمية: من التواصل الورقي إلى التفاعل الإلكتروني. مجلة علوم الإعلام والاتصال، 13(1)، 2020 ص100

المسابقات الإعلامية:

كالمسابقات في التصوير، التصميم، الكتابة الصحفية، والبودكاست، والتي تهدف لتنمية المهارات الإبداعية لدى الطلبة وتحفيزهم على التفاعل.

قصص النجاح والنماذج الملهمة:

من خلال تسليط الضوء على تجارب طلبة ناجحين داخل الجامعة، مما يخلق حافزاً قوياً لدى الآخرين.

ويؤكد بن عيسى أن فعالية التنشيط الإعلامي تعتمد بشكل كبير على تكامل الأدوات مع الأساليب الاتصالية التي تراعي خصوصيات الجمهور الجامعي، من حيث اللغة، الوسيط، والتوقيت¹.

المطلب الثالث: العلاقة بين التنشيط الإعلامي والبيئة الطلابية الجامعية

تعد البيئة الجامعية فضاءً مفتوحاً للتكوين العلمي والفكري والاجتماعي، حيث يلعب التنشيط الإعلامي دوراً رئيسياً في بناء هذه البيئة، من خلال التأثير في سلوك الطلبة، وتوجيه اهتماماتهم، وتعزيز تفاعلهم مع القضايا الجامعية والوطنية. فالعلاقة بين الإعلام الجامعي والبيئة الطلابية هي علاقة تبادلية، تؤثر وتتأثر بكل من المعطيات الثقافية، التربوية، والتكنولوجية داخل الجامعة¹.

1. التنشيط الإعلامي كأداة لتحفيز البيئة الطلابية

يُعتبر التنشيط الإعلامي الجامعي من أهم الوسائل التي تساهم في خلق بيئة طلابية نشطة وفاعلة، فهو يُشجع على تبادل الأفكار، وتنمية مهارات التواصل، ويدفع الطلبة إلى المشاركة في الحياة الجامعية عبر أنشطة إعلامية مثل الإذاعة الجامعية، الصحافة الطلابية، ومنصات التواصل الرسمية. هذه الأنشطة تُعزز من وعي الطالب الجامعي وتحفزه على التعبير عن آرائه والانخراط في القضايا العامة.

¹ بن عيسى، مرجع سابق ص120

¹ سلطانية، عبد القادر، الاعلام الجامعي والهوية الطلابية. الجزائر: دار هومة، 2020.ص12

ويؤكد عبد القادر سلاطينية: "أن الإعلام الجامعي يمثل صمام أمان للبيئة الطلابية، من خلال تقوية العلاقة بين الطالب ومحيطه الجامعي، وتوسيع وعيه بالقضايا المعرفية والاجتماعية¹."

2. البيئة الطلابية كحاضنة للإعلام الجامعي

نجاح أي نشاط إعلامي داخل الجامعة مرهون بطبيعة البيئة الطلابية، من حيث الانفتاح، وتعدد الفضاءات، ووجود مناخ من الحريات الأكاديمية. فكلما كانت البيئة داعمة ومفتوحة، كان الإعلام الجامعي أكثر ديناميكية وفاعلية. إذ تُوفّر الجامعة، من خلال الأندية والفضاءات الإعلامية، المجال للطلبة للتدرب على الكتابة، الإخراج، التحليل، والتواصل مع الجمهور¹.

وتوضح آمنة بلخيري: "البيئة الجامعية الغنية بالنقاش والمبادرات تشكل تربة خصبة للإعلام الجامعي، وتوفر له رصيّدًا موضوعاتيًا ومعنويًا لإنتاج خطاب يتماشى مع احتياجات الطلبة."

3. العلاقة التفاعلية بين الإعلام والبيئة الجامعية

العلاقة بين الإعلام الجامعي والبيئة الطلابية هي علاقة تفاعل وتكامل؛ فالإعلام يعكس نبض الطلبة، وينقل تطلعاتهم، ويُسهم في حل مشكلاتهم، بينما تُشكل البيئة الطلابية مصدرًا غنيًا للمواضيع والمبادرات الإعلامية.²

إن وجود إعلام قوي داخل الجامعة يُساهم في ترسيخ قيم المواطنة، وحرية التعبير، والانخراط الواعي في المجتمع.

يشير زهير دويبي "كلما كانت هناك بيئة طلابية نشطة ومتفاعلة، ساعد ذلك على بروز إعلام طلابي متنوع وقوي، والعكس صحيح."

¹بلخيري، آمنة. الإعلام والتنمية الجامعية. الجزائر: دار الوعي، 2021. ص110

¹العباشي، عبد الله. "الإعلام الجامعي والتنشئة الاجتماعية للطلاب الجامعي"، مجلة الباحث، جامعة المسيلة، 2018، ص.

125

²دويبي، زهير. دور التنشيط الإعلامي في تعزيز الديناميكية الطلابية. مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2019. ص11

خلاصة الفصل :

يعد النوادي الطلابية تعد أحد أهم الفواعل داخل الوسط الجامعي، إذ تلعب دوراً مركزياً في تنشيط الحياة الجامعية وإثراء التجربة الطلابية، ليس فقط على المستوى الترفيهي أو الثقافي، وإنما كذلك على المستوى الإعلامي والتوعوي. وقد أظهرت الدراسة النظرية أن هذه النوادي تُوفّر للطلبة فضاءات للتعبير، التعلم الذاتي، والمشاركة في صناعة المعرفة ونشرها داخل الجامعة.

أما في ما يخص التنشيط الإعلامي، فقد تبين أنه عملية تواصلية تهدف إلى نشر المعلومة، تشكيل الوعي، وبناء الرأي العام داخل المجتمع الجامعي، من خلال آليات متعددة تشمل الإعلام المكتوب، الرقمي، السمعي البصري، والأنشطة التوعوية. وتلعب النوادي دوراً أساسياً في هذا التنشيط من خلال تنظيم أنشطة إعلامية موجهة، تتناول قضايا طلابية واجتماعية وعلمية، وتُساهم في تعزيز التفاعل بين مكونات الجامعة.

وقد أظهرت العلاقة بين المفهومين أن التنشيط الإعلامي لا يُمكن فصله عن الحركة الطلابية، وأن النوادي، بما تملكه من طاقات بشرية وحوافز داخلية، يمكن أن تكون وسيلة فعالة لبناء خطاب إعلامي طلابي بديل يعكس الواقع الجامعي ويستجيب لتطلعات الطلبة.

الفصل الثاني

دور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة وآثاره

تمهيد:

بعد التأسيس النظري في الفصل الأول، والذي تناول مفهومي النوادي الطلابية والتنشيط الإعلامي داخل الجامعة، يأتي هذا الفصل لاستكشاف الجانب التطبيقي والتحليلي من خلال تسليط الضوء على الدور الفعلي الذي تؤديه النوادي الطلابية في تنشيط الإعلام الجامعي، والآثار المترتبة عن هذا الدور على الحياة الجامعية بشكل عام.

فالعمل الإعلامي داخل الجامعة لا يتحقق فقط عبر الوسائل الرسمية أو المؤسساتية، بل يبرز من خلال المبادرات الطلابية التي تعبر عن نبض الطلبة، وتنقل تطلعاتهم، وتسهم في خلق بيئة جامعية أكثر تفاعلاً وانفتاحاً. وفي هذا الإطار، تشكل النوادي الطلابية منصات حيوية تؤدي أدواراً إعلامية متعددة تتراوح بين التوعية، التثقيف، الترفيه، والتحليل، باستخدام وسائل تقليدية ورقمية متنوعة.

المبحث الأول: آليات دور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي

المطلب الأول: الأنشطة الإعلامية التي تقوم بها النوادي الطلابية

تلعب النوادي الطلابية دورًا مهمًا في تنشيط الحياة الجامعية من خلال تنظيم وتنفيذ مجموعة من الأنشطة الإعلامية التي تهدف إلى التثقيف والتوعية وتبادل المعلومات داخل المجتمع الجامعي، وتتنوع هذه الأنشطة بحسب طبيعة كل نادٍ واهتماماته، ويمكن تصنيفها على النحو الآتي¹:

1. إعداد النشرات والمجلات الجامعية

تُعَدُّ النشرات الدورية والمجلات الحائطية أو المطبوعة من أبرز الأنشطة الإعلامية التي يقوم بها الطلبة، حيث تتضمن مقالات، تقارير، وتحقيقات حول قضايا طلابية أو علمية أو اجتماعية. ويهدف هذا النشاط إلى تطوير مهارات الكتابة الصحفية لدى الطلبة.

2. التنشيط عبر وسائل التواصل الاجتماعي

أصبحت النوادي الطلابية تعتمد على المنصات الرقمية مثل فيسبوك، إنستغرام، ويوتيوب لنشر المحتوى الإعلامي. حيث يقوم الطلبة بإعداد منشورات، فيديوهات، وبث مباشر لتغطية فعاليات جامعية أو لنشر معلومات تحسيسية وتوعوية.

3. تنظيم ملتقيات وندوات إعلامية

تعمل النوادي على تنظيم ملتقيات علمية أو توعوية تستضيف فيها صحفيين، أساتذة، أو ناشطين، بهدف مناقشة مواضيع آنية أو قضايا تخص الطلبة. وتعتبر هذه الفعاليات من الوسائل المهمة لتدريب الطلبة على مهارات التقديم والحوار والنقاش.

¹ الزاهي عبد الله، الإعلام الجامعي والتنمية الثقافية، دار الخلدونية، الجزائر، 2015، ص. 69.

4. إنتاج محتوى سمعي بصري

بعض النوادي تنشط في مجال الإعلام السمعي البصري من خلال إنتاج فيديوهات قصيرة، روبورتاجات، أو بودكاستات تناقش قضايا طلابية أو تعرض أنشطة الجامعة. ويساهم هذا النوع من الإعلام في تنمية قدرات الطلاب التقنية والإبداعية.

5. التغطية الإعلامية للأنشطة الجامعية

توكل النوادي الإعلامية إلى أعضائها مهام تغطية فعاليات الجامعة المختلفة (محاضرات، مسابقات، أنشطة ثقافية...) من خلال التصوير، التوثيق، وإعداد تقارير تُنشر لاحقًا على المنصات الإعلامية التابعة للنادي.

المطلب الثاني: دور النوادي الطلابية في تنظيم الفعاليات الإعلامية

تُعد النوادي الطلابية ركيزة أساسية في الحياة الجامعية، إذ تؤدي أدوارًا متعددة تتجاوز الإطار الترفيهي إلى وظائف تربوية، تواصلية، وتكوينية. من أبرز هذه الأدوار: تنظيم الفعاليات الإعلامية التي تُسهم في خلق ديناميكية داخل الحرم الجامعي، وتساعد الطلبة على ممارسة حرية التعبير وصقل مهاراتهم الإعلامية.

1. تنمية روح المبادرة الإعلامية لدى الطلبة:

الفعاليات الإعلامية مثل الأيام التحسيسية، الملتقيات، الندوات الصحفية والمعارض التوعوية، تتيح للطلبة الفرصة لإعداد المحتوى، التواصل مع الجمهور، وتنظيم الحملات الإعلامية. وهذا يرسخ فيهم روح القيادة والقدرة على التأثير.

يشير الزاهي عبد الله إلى أن:

"النوادي الطلابية تمثل فضاءً لتجريب المهارات الإعلامية في ظروف واقعية، مما يجعلها بمثابة مختبر تطبيقي يعزز المعارف النظرية المكتسبة في القاعات الدراسية"¹.

¹ الزاهي عبد الله، مرجع سابق، ص. 69.

2. تجسيد الإعلام التشاركي في الوسط الجامعي:

الأنشطة الإعلامية المنظمة من قبل النوادي تُكرّس لمبدأ "الإعلام من أجل الطلبة ومن قبلهم"¹، وتُجسد شكلاً من أشكال الإعلام التشاركي الذي يربط بين الطالب كمنتج للرسالة الإعلامية، وزملائه كمستقبلين فعّالين.

3. الإسهام في التكوين غير النظامي:

من خلال هذه الفعاليات، يُكتسب الطلبة مهارات لا تُدرّس بالضرورة في المقررات الرسمية، مثل مهارة التحرير الصحفي، إدارة الحملات الإعلامية، الإلقاء، تنظيم المؤتمرات الصحفية، والتعامل مع الوسائط المتعددة².

المطلب الثالث: التنسيق بين النوادي الطلابية وإدارة الجامعة في مجال التنشيط الإعلامي

إن تحقيق الفعالية المرجوة من الإعلام الطلابي لا يتحقق إلا عبر تنسيق فعّال بين النوادي الطلابية وإدارة الجامعة، حيث يتكامل دور كل طرف لتوفير بيئة تنظيمية، لوجستية، وتكوينية محفزة.

1. توزيع الأدوار وتكاملها:

إدارة الجامعة تُوفّر الدعم المؤسسي، مثل القاعات، أجهزة الصوت والإضاءة، الموارد المالية، والغطاء الإداري، بينما تتولى النوادي الجانب الإبداعي والميداني من التخطيط، التنفيذ، والتواصل. هذا التكامل يضمن نجاح الأنشطة واستمراريتها.

عادل الجندي " كلما كان التنسيق وثيقاً بين الإدارة والطلبة، كلما تجسّد الإعلام الجامعي كمارسة مؤسسية مدروسة وليست مجرد مبادرات معزولة"³

¹ حسين عبد الحميد، الأنشطة الطلابية والتنمية البشرية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2013، ص. 92.
² شوشان رفيق، الاتصال الطلابي داخل الجامعة الجزائرية، دار الهدى، الجزائر، 2020، ص. 115.

³ ابن معمر سعاد، الإعلام الطلابي في الجامعة الجزائرية، منشورات جامعة قسنطينة، 2022، ص. 141.

2. احترام الأطر التنظيمية والتربوية:

يساعد التنسيق مع الإدارة على الالتزام بالضوابط الجامعية، وتفادي التداخل مع المسارات البيداغوجية. كما يضمن أن يكون الإعلام الطلابي في خدمة المشروع التربوي الجامعي، لا خارجه.

3. بناء الثقة والاعتراف بالعمل الطلابي:

حين تُمكن الإدارة النوادي من المساهمة في صنع القرار المتعلق بالتنشيط الإعلامي، ينشأ شعور لدى الطلبة بالانتماء والثقة، مما يعزز مشاركتهم الفعالة.

المبحث الثاني: آثار التنشيط الإعلامي عبر النوادي الطلابية على الحياة الجامعية

المطلب الأول: تعزيز الانتماء والهوية الطلابية من خلال الإعلام الطلابي

يمثل الإعلام الطلابي وسيلة فاعلة في دعم الديناميكية الجامعية، ليس فقط كقناة اتصال، بل كأداة تعبوية تسهم في تشكيل وعي الطلبة وتعزيز شعورهم بالانتماء المؤسسي. ويبرز هذا الدور بوضوح من خلال النوادي الطلابية التي تُعدّ البيئة الحاضنة لهذه الأنشطة، بما توفره من مساحة حرة للتعبير والمشاركة والعمل الجماعي¹.

أولاً: الإعلام الطلابي كمحفز للانتماء الجامعي

يشكل الانتماء الجامعي عنصراً جوهرياً في التجربة الطلابية، ويتجسد في الإحساس بالارتباط العاطفي والرمزي بالمؤسسة الجامعية. وتُساهم الأنشطة الإعلامية الطلابية في ترسيخ هذا الانتماء من خلال إشراك الطالب في إنتاج المعرفة، وتغطية قضاياها اليومية، وتبادل الخبرات داخل النوادي.

وقد أكد عادل الجندي في كتابه إدارة الأنشطة الطلابية في الجامعات أن:

¹الحاج، محمد الهادي. الإعلام المدرسي ودوره في بناء شخصية المتعلم. دار الفكر العربي، 2016، ص. 45

"المشاركة في الإعلام الجامعي من خلال النوادي الطلابية يعزز الإحساس بالهوية المؤسسية، ويشجع الطلبة على التفاعل الإيجابي مع محيطهم الجامعي."

ثانياً: الإعلام الطلابي وبناء الهوية الطلابية الجماعية

تتكون الهوية الطلابية ضمن الفضاء الجامعي من خلال مجموعة من التجارب التي يعيشها الطالب داخل المؤسسة، ومن أبرزها الممارسة الإعلامية. فحين يُتاح للطلاب التعبير عن أفكاره وقضاياه عبر الوسائط الإعلامية الجامعية (كالجريدة الطلابية، الإذاعة الجامعية، المنصات الرقمية)، يُصبح فاعلاً في تشكيل البيئة الجامعية ذاتها، لا مجرد مستهلك لها.

في هذا السياق، يعتبر محمد بوعنان في مؤلفه الشباب والهوية في الجامعة الجزائرية، أن:

"الأنشطة الإعلامية داخل النوادي الطلابية تساهم في بناء هوية طلابية تشاركية، تتميز بالاستقلالية والانخراط في الشأن العام."

ثالثاً: الإعلام الطلابي وتكريس الشعور بالتمثيل والاعتراف

تتيح الممارسات الإعلامية للطلبة فرصة التمثيل الرمزي والاجتماعي داخل الجامعة. إذ يشعر الطالب حينما يُنشر له مقال أو يُستضاف في حوار إذاعي أو يشارك في حملة توعوية، أنه جزء فاعل من الكيان الجامعي. وهذا الاعتراف المؤسسي يعزز الثقة بالنفس ويقوي الانتماء الجماعي.

وقد خلصت سعاد بن معمر دراستها الإعلام الطلابي في الجامعة الجزائرية إلى أن:

"إتاحة الفرصة للطلبة لإنتاج محتوى إعلامي ضمن النوادي الطلابية يؤسس لشعور عميق بالانتماء ويُكرّس الاعتراف بدورهم كمواطنين جامعيين¹."

¹الزهراني، خالد. "أثر النشاط الإعلامي المدرسي في تنمية مهارات الاتصال لدى الطلاب". *المجلة التربوية السعودية*، العدد 12، 2019، ص. 110.

المطلب الثاني: تطوير مهارات الاتصال والتواصل لدى الطلاب عبر الأنشطة الإعلامية

تعد مهارات الاتصال والتواصل من الكفاءات الأساسية التي يجب أن يكتسبها الطالب، سواء في الحياة الدراسية أو المهنية لاحقاً. وتبرز الأنشطة الإعلامية كوسيلة فعّالة لتطوير هذه المهارات، لما توفره من فرص تفاعلية تُعزز التعبير عن الذات، وتنمّي الاستماع الفعّال، وتنشط التفكير النقدي.

1. مفهوم مهارات الاتصال والتواصل

تُشير مهارات الاتصال إلى القدرة على تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين الأفراد بفعالية، باستخدام الوسائل اللفظية (كاللغة المنطوقة والمكتوبة) وغير اللفظية (كحركات الجسد وتعابير الوجه ونبرة الصوت). أما مهارات التواصل فتتعلّق بكيفية التفاعل الإيجابي مع الآخرين، وحُسن الإصغاء، وإدارة الحوار والنقاش، وفهم الرسائل الضمنية.

2. دور الأنشطة الإعلامية في تنمية مهارات الاتصال

الأنشطة الإعلامية تُوفّر بيئة تدريبية تفاعلية تساعد الطلاب على ممارسة الاتصال الفعّال وتطويره، ومن أبرز هذه الأدوار¹:

- اكتساب الجرأة في التعبير: من خلال إعداد نشرات مدرسية أو إذاعة مدرسية، يُشجّع الطالب على التحدث أمام الجمهور وصياغة أفكاره بوضوح.
- تعزيز مهارات الكتابة الإعلامية: مثل كتابة الأخبار، التقارير، المقالات، وهي أنشطة تساهم في تنظيم الفكر واستخدام اللغة بشكل دقيق.
- تطوير مهارات الحوار والنقاش: من خلال تنظيم مناظرات طلابية أو حلقات نقاش حول مواضيع إعلامية أو اجتماعية.
- تعلم الإصغاء والتحليل: إذ تتيح البرامج الإعلامية الجماعية فرصاً للاستماع إلى زملاء آخرين وتحليل محتواهم.
- استخدام وسائل الإعلام الرقمية: مثل تحرير فيديوهات قصيرة أو تدوين صوتي (بودكاست)، مما يفتح للطلاب آفاقاً جديدة في الاتصال التفاعلي عبر وسائط متعددة.

¹ احسن، أمانة التربية الإعلامية والوعي المجتمعي عند الناشئة. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2020، ص. 101

3. نماذج تطبيقية للأنشطة الإعلامية

- الإذاعة المدرسية اليومية: تُنمي الثقة بالنفس وتُحسن نطق اللغة وتنظيم الأفكار.
- إعداد مجلة مدرسية: يُتيح للطلاب فرصة ممارسة العمل الجماعي، والتحرير، والتصميم، والنشر.
- ورشات في الخطابة والإلقاء: تُساعد على كسر حاجز الخوف من الجمهور وتعزز منطق الحجة والإقناع.
- المشاريع الإعلامية الرقمية: مثل إعداد تقارير مصورة أو محتوى لمنصات التواصل، مما يُكسب الطالب مهارات متعددة الأبعاد.

4. أثر الأنشطة الإعلامية على شخصية الطالب

أثبتت الدراسات التربوية أن الطلاب المشاركين في الأنشطة الإعلامية يميلون إلى تطوير مهارات اجتماعية أعمق، ويظهرون قدرًا أكبر من الثقة بالنفس، والانفتاح الفكري، والقدرة على العمل ضمن فريق. كما تساهم هذه الأنشطة في ترسيخ روح المسؤولية والانضباط، كونها تفرض التزامًا بالمواعيد والمعايير الإعلامية.

المطلب الثالث: تأثير التنشيط الإعلامي على رفع مستوى الوعي الثقافي والاجتماعي بين الطلاب

يشكّل الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الطلاب إحدى الدعائم الأساسية لبناء جيل واعٍ، مسؤول، ومنفتح على محيطه المحلي والعالمي. ويُعدّ التنشيط الإعلامي من الوسائل الحيوية التي تُساهم في بناء هذا الوعي، عبر تقديم محتوى تثقيفي متنوع يُراعي اهتمامات الطلاب وسياقاتهم المجتمعية¹.

1. مفهوم الوعي الثقافي والاجتماعي

- **الوعي الثقافي** هو إدراك الفرد للهوية الثقافية لمجتمعه، من خلال فهم القيم، العادات، التقاليد، والفنون، والتاريخ المشترك، والانفتاح على الثقافات الأخرى.
- **الوعي الاجتماعي** يُشير إلى إدراك الفرد للمشكلات الاجتماعية المحيطة به، وقدرته على تحليلها والتفاعل معها من خلال مواقف مسؤولة وفاعلة.

¹الصالح، نوال. "الإعلام المدرسي وأبعاده التربوية والاجتماعية". مجلة العلوم الاجتماعية والتربوية، جامعة الجزائر 2، العدد 7، 2021، ص. 65.

2. دور التنشيط الإعلامي في تعزيز الوعي

التنشيط الإعلامي المدرسي يشمل مجموعة من الأنشطة والبرامج التي تستهدف تحفيز الطلاب على التفاعل مع القضايا الثقافية والاجتماعية، ويمكن تلخيص أثره في النقاط التالية²:

- نشر المعرفة الثقافية: من خلال تقديم فقرات إذاعية أو مجلات مدرسية تتناول التراث، الشخصيات الوطنية، المناسبات الدينية والوطنية.
- الانفتاح على الآخر: الأنشطة التي تتيح للطلاب اكتشاف ثقافات متنوعة تُسهم في ترسيخ قيم التسامح والحوار والتعايش.
- تناول القضايا الاجتماعية المعاصرة: كالفقر، البيئة، العنف، حقوق الإنسان، مما يعزز حسّ المسؤولية الاجتماعية والانخراط في العمل التطوعي.
- تعزيز النقاش البناء: من خلال تنظيم مناظرات إعلامية أو ندوات داخل المؤسسة التعليمية حول قضايا الساعة، يتدرّب الطالب على التعبير عن الرأي واحترام آراء الآخرين.

3. تطبيقية للتنشيط الإعلامي الهادف

- إعداد نشرات دورية عن قضايا اجتماعية وثقافية: تعالج مواضيع مثل التمييز، البيئة، السلام، التراث.
- مشاريع "اليوم الإعلامي الثقافي": حيث يُخصّص يوم لعرض الثقافات المختلفة داخل المدرسة عبر أفلام قصيرة، أناشيد، أزياء، مطويات.
- حملات إعلامية مدرسية: مثل "أنا متسامح"، "أنا ضد العنف"، تُسهم في تشكيل سلوك إيجابي لدى الطلاب.

² خليفة، عبد العزيز. الاتصال التربوي ومهارات التواصل لدى الطلاب. بيروت: دار النهضة العربية، 2017، ص. 95-100.

4. نتائج التنشيط الإعلامي على الطالب

تشير الملاحظات التربوية والدراسات إلى أنّ الطلاب الذين يشاركون بانتظام في الأنشطة الإعلامية ذات الطابع الثقافي والاجتماعي:

- يُظهرون اهتمامًا أكبر بقضايا المجتمع.
- يتمتعون بدرجة أعلى من الحس النقدي والانتماء الوطني.
- يملكون قدرة أوضح على فهم تنوع المجتمع وتقبل الآخر.
- يميلون إلى السلوك الإيجابي والانضباط داخل المؤسسة التعليمية.

خلاصة الفصل

لنوادي الطلابية دور في التنشيط الإعلامي داخل الوسط الجامعي، من خلال تحليل الأنشطة الإعلامية التي تُبأشرها هذه النوادي، والآثار المترتبة عنها على مختلف المستويات. فقد تم التأكيد على أن النوادي، باعتبارها كيانات طلابية حيوية، تسهم بشكل فعال في نقل المعلومة، توجيه الرأي، وتنمية الوعي داخل الجامعة، عبر قنوات ووسائط إعلامية متعددة، تشمل الإعلام الرقمي، الصحف الجامعية، الإذاعات الداخلية، والأنشطة التحسيسية المباشرة.

وقد بيّنت الدراسة أن لهذا التنشيط الإعلامي آثارًا معرفية وسلوكية وتواصلية ملموسة لدى الطلبة، من حيث رفع مستوى الوعي بالقضايا الجامعية والاجتماعية، تعزيز روح المشاركة والانتماء، وتطوير مهارات التفكير النقدي والتواصل. كما لوحظ تأثير هذه الأنشطة على الإدارة الجامعية ذاتها، من خلال تحفيزها على مزيد من الانفتاح والتجاوب مع انشغالات الطلبة.

غير أن فعالية هذا الدور الإعلامي للنوادي لا تخلو من تحديات، أبرزها: ضعف الدعم المؤسسي، غياب التكوين الإعلامي المنهجي، محدودية الوسائل التقنية، وافتقار بعض النوادي إلى رؤية واضحة في العمل الإعلامي. وهي معوقات تستوجب معالجة جادة لضمان ديمومة ونجاعة الدور الإعلامي لهذه الهياكل الطلابية.

الجانب الميداني للدراسة

الفصل الثالث

الاجراءات الميدانية للدراسة

المبحث الاول: نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الاول : عرض ومناقشة نتائج

أولاً: المعلومات العامة

الجدول رقم 01 : متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
42.86%	60	ذكر
57.14%	80	أنثى
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الإناث بلغت 57.14% من مجموع عينة البحث، في حين بلغت نسبة الذكور 42.86%. هذا التفاوت في التمثيل بين الجنسين قد يعكس عدة دلالات مهمة في سياق موضوع الدراسة المرتبط بدور النوادي الطلابية في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة.

يلاحظ أن حضور العنصر النسوي كان أكثر بروزاً، وهو ما قد يرتبط بمدى اهتمام الطالبات بالأنشطة ذات الطابع الثقافي والإعلامي، أو حرصهن على المشاركة في الحياة الجامعية خارج الإطار الأكاديمي البحث. كما يمكن تفسير هذه النتيجة بزيادة عدد الطالبات في بعض التخصصات التي تشجع على التعبير والتواصل مثل الإعلام، العلوم الاجتماعية، أو الآداب، حيث تكون الأنشطة الطلابية أكثر حيوية وتفاعلاً.

ومن جهة أخرى، فإن هذا التمثيل النسوي المرتفع قد يدل على وعي متزايد لدى الطالبات بأهمية النوادي الطلابية كفضاء للتعبير والمبادرة، خاصة في المجال الإعلامي، مما يعكس تحولاً إيجابياً في صورة الطالبة الجامعية التي أصبحت تسعى للانخراط في القضايا الطلابية والتواصلية بشكل فاعل.

وبالتالي، يمكن القول إن النتيجة المسجلة حول متغير الجنس لا تعكس فقط تركيبة العينة، بل تكشف أيضًا عن واقع ديناميكي في الجامعة الجزائرية، حيث أصبحت الطالبة الجامعية تلعب دورًا متزايدًا في مختلف مجالات النشاط الطلابي، بما في ذلك التنشيط الإعلامي.

الجدول رقم 02 : متغير المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
64.29%	90	ليسانس
35.71%	50	ماستر
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبتين

أوضحت نتائج الاستبيان أن غالبية الباحثين ينتمون إلى طور الليسانس بنسبة 64.29% (90 طالبًا وطالبة من أصل 140)، مقابل 35.71% فقط من طلبة الماستر (50 طالبًا وطالبة). تعكس هذه الأرقام واقع التركيبة الطلابية داخل الجامعة، حيث يشكل طلبة الليسانس الشريحة الأكبر عددًا من مجموع الطلبة المسجلين، نظرًا لكونه الطور الأساسي الذي يستقبل أكبر عدد من الداخلين الجدد إلى التعليم العالي.

كما يمكن تفسير هذا التفاوت في تمثيل المستويات الدراسية بأن طلبة الليسانس يكونون في الغالب أكثر حيوية واندماجًا في الحياة الجامعية، ويميلون للمشاركة في الأنشطة الطلابية، بما فيها النوادي العلمية والإعلامية، بحثًا عن فرص لتوسيع مداركهم وتنمية مهاراتهم الشخصية والاجتماعية.

من جهة أخرى، قد يُلاحظ أن نسبة طلبة الماستر أقل، ما قد يعكس انشغالهم بمتطلبات الدراسة والبحث والتخرج، مما يجعل مشاركتهم في النشاطات غير الأكاديمية محدودة نسبيًا. ومع ذلك، فإن مشاركتهم تظل مهمة، نظرًا لما يمكن أن يقدموه من خبرة وتوجيه لطلبة الليسانس في سياق العمل الطلابي.

بناءً على ذلك، فإن الغلبة العددية لطلبة الليسانس ضمن العينة تتيح فرصة لفهم كيف ينخرط هؤلاء في التنشيط الإعلامي داخل الجامعة، ودور النوادي الطلابية في استقطابهم وصقل مهاراتهم الاتصالية، بما يعزز التكوين الجامعي الشامل الذي لا يقتصر على الجانب المعرفي فحسب، بل يمتد ليشمل الجوانب التشاركية والإبداعية كذلك.

الجدول رقم 03 : متابعة أنشطة نادي العلوم

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	85	60.71%
لا	55	39.29%
المجموع	140	100%

من اعداد الطالبين

تشير نتائج الجدول رقم (03) إلى أن نسبة 60.71% من أفراد العينة (أي 85 من أصل 140) صرّحوا بأنهم يتابعون أنشطة نادي العلوم، في حين أفاد 39.29% منهم (55 فردًا) بعدم متابعتهم لهذه الأنشطة. وتُعد هذه النتيجة مؤشرًا إيجابيًا يعكس وجود اهتمام نسبي وملحوظ من طرف الطلبة بالنشاطات الطلابية ذات الطابع العلمي والإعلامي داخل الجامعة.

تُظهر هذه المعطيات أن أكثر من نصف الطلبة المشاركين في الدراسة لديهم وعي بأهمية الأنشطة التي يقدمها نادي العلوم، سواء من حيث مضمونها أو دورها في تنمية المهارات، وهو ما يبرز فاعلية هذا النادي كأحد الفضاءات التنشيطية البارزة في الوسط الجامعي.

من جهة أخرى، فإن نسبة 39.29% ممن لا يتابعون أنشطة النادي تدفع إلى طرح تساؤلات حول مدى وصول النادي إلى كافة الطلبة، ونجاعة استراتيجياته الإعلامية والترويجية. قد يكون سبب عدم المتابعة مرتبطًا بضعف التغطية الإعلامية، أو قلة الوعي بوجود النادي، أو حتى غياب التحفيز التي تشجع الطلبة على الانخراط في مثل هذه الفضاءات.

بناءً عليه، يمكن القول إن نادي العلوم بجامعة الأغواط قد نجح إلى حدٍ ما في استقطاب فئة واسعة من الطلبة ومخاطبتهم إعلاميًا، غير أن هناك حاجة إلى مزيد من الجهود في ما يخص التنشيط الإعلامي والتواصل الداخلي مع بقية الطلبة من أجل تعزيز نسبة المتابعة والمشاركة الفعلية.

المحور الأول : تغطية الأنشطة العلمية

الجدول رقم 04 : الوسيلة التي يستخدمها نادي العلوم أكثر لتغطية النشاطات

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
منشورات عبر فيسبوك	60	42.86%
فيديوهات وتقارير مصورة	35	25.00%
ملصقات ورقية	20	14.29%
لا أعلم	25	17.86%
المجموع	140	100%

من اعداد الطالبين

أوضحت نتائج الجدول رقم (04) أن الغالبية النسبية من أفراد العينة (42.86%، أي 60 مبحوثاً) يرون أن الوسيلة الأكثر استخداماً من طرف نادي العلوم لتغطية نشاطاته هي المنشورات عبر منصة فيسبوك، تليها الفيديوهات والتقارير المصورة بنسبة 25%، ثم الملصقات الورقية بنسبة 14.29%، بينما عبرت نسبة 17.86% (25 مبحوثاً) عن عدم علمهم بالوسائل المستخدمة.

هذه النتائج تعكس التحول الحاصل في سلوكيات التواصل داخل الجامعة، حيث أصبح الاعتماد على الوسائط الرقمية، وعلى رأسها فيسبوك، الوسيلة الأساسية التي يعتمد عليها نادي العلوم لنشر محتواه والتفاعل مع جمهوره الطلابي. ويُعزى هذا التوجه إلى عدة عوامل، أهمها الانتشار الواسع لفيسبوك بين الطلبة، وسهولة الوصول إلى المعلومات، وسرعة تداول المحتوى، مما يجعل منه أداة فعالة للتنشيط الإعلامي.

أما المرتبة الثانية، التي احتلتها الفيديوهات والتقارير المصورة، فُظهِر أن النادي لا يكتفي بالنشر الكتابي، بل يسعى أيضاً إلى إنتاج محتوى بصري سمعي أكثر جاذبية وتفاعلاً، وهو ما يعكس وعياً إعلامياً متقدماً لدى المشرفين على النادي. إلا أن انخفاض نسبة استعمال الملصقات الورقية (14.29%) يدل على تراجع استخدام الوسائل التقليدية، ربما بسبب محدودية فعاليتها في العصر الرقمي.

جدير بالذكر أن نسبة 17.86% ممن أجابوا بـ"لا أعلم" تكشف عن وجود فجوة في التواصل أو ضعف في التغطية الإعلامية للنادي لدى بعض الطلبة، مما يستدعي تعزيز جهود الترويج والتسويق الداخلي للأنشطة عبر قنوات متنوعة، وعدم الاكتفاء بمنصة واحدة.

وعليه، يمكن القول إن نادي العلوم يعتمد بدرجة أولى على وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية، مما يعكس توجهًا حديثًا في التنشيط الإعلامي الطلابي، لكن يبقى التحدي قائمًا في شمولية التغطية ووصولها إلى كل فئات الطلبة، مع ضرورة تنويع الوسائل المستخدمة حسب طبيعة النشاط والجمهور المستهدف.

الجدول رقم 05 : الوسيلة التي يستخدمها نادي العلوم أكثر لتغطية النشاطات

النسبة المئوية	التكرار	الرأي
67.86%	95	صح
32.14%	45	خطأ
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

تظهر نتائج الجدول رقم (05) أن 67.86% من المبحوثين (95 من أصل 140) يرون أن نادي العلوم يستخدم الوسيلة الأكثر فاعلية في تغطية نشاطاته، في حين يرى 32.14% 45 مبحوثًا عكس ذلك، معتبرين أن الوسيلة المستعملة ليست هي الأنسب أو الأكثر فاعلية.

هذه النتيجة تعكس مستوى رضا مرتفع نسبيًا بين الطلبة حول الاختيارات الإعلامية لنادي العلوم، وخاصة اعتماده على الوسائل الرقمية مثل منشورات فيسبوك والفيديوهات، كما أظهر ذلك الجدول السابق. ويعني ذلك أن غالبية المستجوبين يعتبرون أن النادي يتواصل بطريقة ملائمة، تصل إليهم وتثير اهتمامهم، وهو ما يُعد مؤشرًا إيجابيًا على فعالية الاستراتيجية الإعلامية المعتمدة.

غير أن نسبة 32.14% من المستجوبين الذين يرون أن الوسيلة غير مناسبة، تُعد مؤشرًا لا يجب إغفاله، فقد تعكس تفاوتًا في تفضيلات الطلبة حسب تخصصاتهم أو عاداتهم في استهلاك المعلومة. كما قد تشير إلى أن هناك فئة من الطلبة لا تصلهم الرسائل الإعلامية للنادي بشكل كافٍ، أو تفضل وسائل أخرى لم يتم التركيز عليها.

من هنا تظهر أهمية إجراء تقييمات دورية لفعالية الوسائل الإعلامية المستخدمة في تغطية الأنشطة الطلابية، مع الانفتاح على اقتراحات جديدة مثل إنشاء موقع إلكتروني للنادي، أو اعتماد تقنيات البث المباشر أو النشرات الإخبارية الإلكترونية، لضمان تغطية أوسع وأكثر تنوعًا.

الجدول رقم 06 : ترتيب الوسائل التالية حسب الأكثر متابعة من طرفك

النسبة المئوية	التكرار	الوسيلة
39.29%	55	صفحة فيسبوك للنادي
28.57%	40	التغطيات الميدانية داخل الكلية
21.43%	30	العروض التقديمية داخل المدرجات
10.71%	15	الرسائل الجامعية الرسمية
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

تُظهر نتائج هذا الجدول أن صفحة فيسبوك الخاصة بنادي العلوم تحتل المرتبة الأولى من حيث المتابعة من طرف الطلبة، بنسبة (55) 39.29% من أصل 140 طالبًا)، ما يدل على المكانة البارزة التي تحتلها وسائل التواصل الاجتماعي في المشهد الإعلامي الجامعي. يلي ذلك التغطيات الميدانية داخل الكلية بنسبة 28.57%، ثم العروض التقديمية داخل المدرجات بنسبة 21.43%، وأخيرًا الرسائل الجامعية الرسمية بنسبة 10.71%.

تعكس هذه النتائج تفضيل الطلبة للوسائل الرقمية والتفاعلية، وهو أمر طبيعي في ظل التحول الرقمي الذي يعرفه المجتمع الجامعي، حيث أصبحت منصات مثل فيسبوك فضاءً رئيسيًا للتفاعل، تبادل المعلومات، ومتابعة مستجدات النوادي والأنشطة الجامعية. كما أن هذه المنصات توفر محتوى سريعًا وسهل الوصول، وهو ما يتماشى مع سلوك الطالب الجامعي في عصر السرعة والمعلومة المصغرة.

المرتبة الثانية التي حازت عليها التغطيات الميدانية تبرز أهمية التواجد الفعلي للنادي في الفضاء الجامعي، من خلال نشاطات تُنظَّم داخل الكلية وتُعطى إعلاميًا، مما يتيح نوعًا من التواصل المباشر والحيوي مع الطلبة. أما العروض

التقديمية داخل المدرجات، فقد جاءت في مرتبة متوسطة، ما يشير إلى أنها لا تزال وسيلة مهمة لكنها أقل جاذبية مقارنة بالوسائل الرقمية أو التفاعلية الميدانية.

أما ضعف الاعتماد على الرسائل الجامعية الرسمية كمصدر للمعلومة، فيبرز تراجع الثقة أو محدودية وصول هذه الوسائل للطلبة، وهو ما قد يستدعي مراجعة طريقة استخدام القنوات الرسمية وتحديث أساليبها لتتماشى مع حاجات وتوقعات الجيل الجامعي الجديد.

بناءً عليه، يتضح أن فعالية التنشيط الإعلامي داخل الجامعة من خلال نادي العلوم ترتبط بدرجة كبيرة بمدى مواكبة الوسائل المستخدمة للتطورات التكنولوجية وسلوكيات جمهور الطلبة، وهو ما يفرض على النادي تنويع وسائله الإعلامية وتطوير أدواته بما يضمن الوصول الأوسع والأثر الأعمق.

الجدول رقم 07 : فعالية علمية من خلال نادي العلوم

النسبة المئوية	عدد الطلاب	الخيار
35.71%	50	نعم، عدة مرات
21.43%	30	نعم، مرة واحدة
17.86%	25	لا أذكر
25.00%	35	لا
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

يتبين من نتائج الجدول أن نسبة **35.71%** من الطلبة المستجوبين (أي ما يعادل 50 طالبًا) قد شاركوا في فعاليات علمية نظمها نادي العلوم عدة مرات، بينما شارك **21.43%** منهم (30 طالبًا) مرة واحدة فقط. من جهة أخرى، صرّح **25%** (25 طالبًا) بأنهم لا يتذكرون إن كانوا قد حضروا أي فعالية، في حين أكد **25.00%** طالبًا (عدم مشاركتهم إطلاقًا).

تعكس هذه المعطيات أن ما يقارب 57.14% من الطلبة قد شاركوا في فعاليات علمية من تنظيم النادي، ولو بدرجات متفاوتة، ما يُعدّ مؤشرًا إيجابيًا نسبيًا على وجود اهتمام وتفاعل طلابي مع الأنشطة العلمية، وهو ما يبرز دور النادي كأداة فعالة في التنشيط الإعلامي والمعرفي داخل الحرم الجامعي.

الطلبة الذين لم يشاركوا أو لا يتذكرون مشاركتهم (نسبة تقارب 43%) يمثلون شريحة يجب أن تُؤخذ بعين الاعتبار في استراتيجية النادي، خاصة من حيث تنوع المواضيع، تحسين أساليب الإعلان، وتوسيع قاعدة المستفيدين من النشاطات. كما أن النسبة المرتفعة نسبيًا للطلبة الذين شاركوا "عدة مرات" تعني أن النادي استطاع بناء جمهور وبيّ ومتفاعل، وهو ما يُحتسب له كنقطة قوة.

تشير هذه النتائج كذلك إلى ضرورة تقييم مدى فاعلية وأثر هذه الفعاليات العلمية على المستوى الأكاديمي والفكري للطلبة، إلى جانب التفكير في كيفية استقطاب غير المشاركين، عبر تعزيز الجاذبية والمحتوى وتسهيل الوصول إلى المعلومات حول الفعاليات.

الجدول رقم 08 : تقييمك العام لتغطية نادي العلوم لأنشطة الجامعة

التقييم	عدد الطلاب	النسبة المئوية
ممتازة	20	14.29%
جيدة	55	39.29%
مقبولة	40	28.57%
ضعيفة	25	17.86%
المجموع	140	100%

من اعداد الطالبتين

تعكس نتائج هذا الجدول تنوعًا واضحًا في آراء الطلبة حول الأداء الإعلامي لنادي العلوم بجامعة الأغواط. فقد اعتبر 14.29% من الطلبة (20 طالبًا) أن تغطية النادي للأنشطة الجامعية ممتازة، بينما رأى (55 39.29% طالبًا)

أفها جيدة، وهي النسبة الأعلى في الجدول. كما قيّمها (40) 28.57% طالبًا) بأنها مقبولة، فيما وصفها (25) (17.86% طالبًا) بأنها ضعيفة.

تُظهر هذه المعطيات أن غالبية الطلبة (بنسبة تقارب 82%) يتراوح تقييمهم بين مقبول وجيد وممتاز، وهو ما يعكس انطباعًا عامًا إيجابيًا عن الجهود الإعلامية التي يبذلها النادي. ورغم وجود نسبة من الطلبة يرون أن التغطية ضعيفة، فإنها تظل أقلية نسبية، مما يشير إلى أن الأداء الإعلامي للنادي قد تمكن من كسب ثقة جزء معتبر من الجمهور الجامعي.

إن هذه النتائج تؤكد أن نادي العلوم استطاع فرض نفسه كفاعل إعلامي داخل الفضاء الجامعي، مع بعض التفاوت في مدى الاقتناع بمستوى التغطية. ومن المؤشرات المهمة هنا أن نسبة من الطلبة ترى التغطية "مقبولة"، ما قد يُعدّ دعوة للنادي لتحسين جودة المضمون الإعلامي والتقنيات المستعملة، وتوسيع نطاق التغطية لتشمل مختلف الفعاليات والأنشطة بشكل أكثر توازنًا وشمولًا.

بناء على تقييم الطلبة، يُمكن القول إن نادي العلوم يحظى بصورة إيجابية لدى غالبية الجمهور الجامعي من حيث تغطيته للأنشطة، لكن لا تزال هناك مساحات للتحسين والتطوير، خصوصًا في ما يتعلق بنوعية المحتوى، التوقيت، وتنوع الوسائط المستعملة في التغطية الإعلامية.

الجدول رقم 09 : اقتراحك لتطوير تغطية النادي للأنشطة العلمية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة المقترحة
28.57%	40	استخدام منصات متعددة (إنستغرام، يوتيوب...)
17.86%	25	تعزيز التغطية الميدانية المباشرة في الكليات
14.29%	20	تنظيم تقارير مصورة واحترافية
12.86%	18	إشراك الطلبة في التغطية كمراسلين ميدانيين
10.71%	15	تحسين جودة المحتوى المرئي (تصوير، صوت، تصميم)
8.57%	12	تغطية منتظمة وغير موسمية
7.14%	10	التواصل مع الأقسام لجدولة التغطيات
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

تكشف نتائج هذا الجدول عن مجموعة من الاقتراحات المتنوعة التي تقدم بها الطلبة من أجل تطوير الأداء الإعلامي لنادي العلوم. وقد جاءت أولوية الاهتمام موجهة نحو الانفتاح على منصات متعددة كـ"إنستغرام ويوتيوب"، حيث أشار إلى هذا الخيار 28.57% من المشاركين (40 طالبًا)، ما يدل على وعي متزايد لدى الطلبة بأهمية توسيع قاعدة الجمهور الرقمي وتكثيف النشاط الإعلامي مع طبيعة استعمالهم اليومي لوسائل التواصل الحديثة.

تلاه اقتراح تعزيز التغطية الميدانية المباشرة في الكليات بنسبة 17.86% (25 طالبًا)، وهو ما يعكس رغبة الطلبة في رؤية أنشطة النادي من داخل محيطهم الدراسي، بطريقة أكثر قربًا وواقعية. فيما اقترح 14.29% (20 طالبًا) العمل على تنظيم تقارير مصورة واحترافية، مما يشير إلى اهتمام شريحة معتبرة من الطلبة بالجانب الجمالي والفني في العمل الإعلامي.

أما إشراك الطلبة في التغطية الإعلامية كمراسلين ميدانيين، فقد حصل على 12.86%، وهو اقتراح يُبرز أهمية التمكين الطلابي والمشاركة الفعالة في العملية الإعلامية، بما يتيح الفرصة لتكوين مهارات جديدة لدى الطلبة وتوسيع قاعدة المساهمين في أنشطة النادي.

بالمقابل، رأت فئة أخرى من الطلبة ضرورة التركيز على تحسين جودة المحتوى المرئي من حيث التصوير والتصميم والصوت (10.71%)، والاستمرارية في التغطية الإعلامية خارج المناسبات الموسمية (8.57%)، بينما دعت فئة أقل (7.14%) إلى التنسيق المسبق مع الأقسام والكليات لتنظيم التغطية بانتظام.

تعكس هذه النتائج وعياً ناضجاً لدى الطلبة بمختلف أبعاد العمل الإعلامي الجامعي، من حيث الوسائل، الجودة، الانتظام، والمشاركة. وتشير المعطيات إلى ضرورة أن يتبنى نادي العلوم رؤية إعلامية متعددة الوسائط، أكثر انفتاحاً وتخطيطاً، مع إشراك الطلبة في سيرورة التغطية، ما من شأنه أن يُعزز مستوى التفاعل، والاحترافية، والتأثير داخل الفضاء الجامعي.

المحور الثاني: تكوين إعلاميين طلابيين من خلال التجربة العملية

الجدول رقم 10 : مشاركت سابقاً في إعداد محتوى إعلامي ضمن أنشطة نادي العلوم

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	50	35.71%
لا	90	64.29%
المجموع	140	100%

من اعداد الطالبين

تكشف نتائج هذا الجدول عن تفاوت واضح في مشاركة الطلبة في إعداد المحتوى الإعلامي المتعلق بأنشطة نادي العلوم، حيث صرّح 35.71% من الطلبة (50 طالباً) بأنهم سبق وأن شاركوا في هذا النوع من النشاط، في حين أفاد 64.29% منهم (90 طالباً) بعدم مشاركتهم السابقة.

تعكس هذه النتيجة أن نسبة معتبرة من الطلبة لا تزال خارج دائرة الفعل الإعلامي، رغم وجود فئة مهمة ومساهمة. وهذا ما يسّط الضوء على وجود فرص ضائعة يمكن استثمارها في تعزيز مشاركة الطلبة، خاصة أولئك الذين يملكون ميولاً أو مهارات في مجال الإعلام الجامعي. كما قد يُشير هذا التفاوت إلى غياب آليات واضحة وفعالة لاستقطاب الطلبة وتمكينهم من الانخراط في التغطيات الإعلامية الخاصة بأنشطة النادي.

من جهة أخرى، فإن نسبة المشاركين، رغم كونها أقل من النصف، تُعدّ مؤشرًا واعدًا يعكس استعدادًا لدى بعض الطلبة للانخراط في العملية الإعلامية، وهو ما يمكن البناء عليه لتوسيع قاعدة المساهمين وتطوير الأداء العام. ولتحقيق ذلك، من الضروري أن يعمل نادي العلوم على فتح المجال بشكل أكبر أمام المبادرات الطلابية، سواء من خلال دعوات مفتوحة للمشاركة، أو عبر تنظيم ورشات تكوينية في التصوير، المونتاج، والتحرير الصحفي.

في المجمل، تعكس نتائج هذا الجدول الحاجة إلى انتهاز سياسة إعلامية أكثر شمولاً وتفاعلية، تُعطي للطلبة دوراً حقيقياً في إنتاج المحتوى، وتحوّلهم من متابعين سلبيين إلى مساهمين فاعلين، مما يعزّز من فعالية الرسالة الإعلامية للنادي ويقوّي ارتباط الطلبة بأنشطته داخل الوسط الجامعي.

الجدول رقم 11 : تساهم النادي في تطوير مهاراتي الإعلامية:."

النسبة المئوية	التكرار	الرأي
60.71%	85	نعم
39.29%	55	لا
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

- تكشف نتائج هذا الجدول عن تصوّر إيجابي لدى فئة معتبرة من الطلبة بشأن أثر أنشطة نادي العلوم في تطوير مهاراتهم الإعلامية. حيث صرّح **60.71%** من المشاركين (أي 85 طالبًا) بأن النادي ساهم فعلاً في تنمية قدراتهم في المجال الإعلامي، بينما أفاد 55 (39.29% طالبًا) بعدم شعورهم بهذا الأثر.
- تعكس هذه النتائج أن الأنشطة التي ينظمها نادي العلوم لا تقتصر فقط على الجانب الترفيهي أو التنظيمي، بل تمتد إلى جانب **تكويني وتنموي** يمسّ مهارات الطلبة، خصوصًا في مجالات الاتصال، الكتابة الإعلامية، التصوير، التحرير، والتغطية الصحفية. ويُعد هذا المؤشر مهمًا للغاية، لأنه يؤكّد على الدور الحيوي الذي يمكن أن تلعبه النوادي الجامعية في تحقيق التكامل بين التكوين الأكاديمي والتطوير المهني والمهاري للطلبة.
- من جهة أخرى، فإن نسبة الطلبة الذين لم يشعروا بتأثير إيجابي (39.29%) تدعو إلى التأمل في طبيعة الأنشطة الموجهة، ومدى شموليتها لجميع المشاركين. وربما تعكس هذه النسبة الحاجة إلى تنويع محتوى التكوين الإعلامي وتعميمه على نطاق أوسع من الطلبة، بما يضمن استفادة أكبر، خاصة لأولئك الذين لا يمتلكون خلفية تقنية أو لم تُتاح لهم فرصة المشاركة المباشرة.

تبرز نتائج هذا الجدول الأثر الإيجابي الملموس لنادي العلوم في صقل المهارات الإعلامية لشريحة واسعة من الطلبة، ما يعكس نجاحًا نسبيًا في الجانب التكويني للنادي. ومع ذلك، يبقى من الضروري العمل على تعميم الفائدة وتوسيع دائرة الاستفادة، عبر فتح مجالات جديدة للمشاركة، وتقديم ورشات وتكوينات إعلامية متخصصة تستهدف جميع الفئات الطلابية، بما يعزز من جودة العمل الإعلامي ويرفع من مستوى الكفاءة داخل الوسط الجامعي.

الجدول رقم 12 : المهارات التي تعتقد أن النادي يساعد على تطويرها

النسبة من العينة	التكرار	المهارة
46.43%	65	الكتابة الصحفية
35.71%	50	التصميم الرقمي
50.00%	70	التصوير والمونتاج
32.14%	45	إدارة الصفحات والمنصات
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن أنشطة نادي العلوم تلعب دورًا فعّالًا في تعزيز مجموعة من المهارات الإعلامية لدى الطلبة، حيث تصدّرت مهارة التصوير والمونتاج القائمة بنسبة 50% من العينة (70 طالبًا)، ما يعكس اهتمامًا واضحًا بالجانب المرئي والعملي في التغطية الإعلامية، ويُبرز نجاح النادي في تهيئة بيئة تمكّن الطلبة من اكتساب قدرات تقنية متقدمة في هذا المجال.

تليها مهارة الكتابة الصحفية بنسبة 46.43% 65 طالبًا، وهو مؤشر على اهتمام الطلبة بصقل قدراتهم التحريرية وتعلم أساليب صياغة الأخبار والتقارير، ما يُضفي طابعًا مهنيًا على مساهماتهم داخل النادي.

أما مهارة التصميم الرقمي، فقد نالت اهتمام 35.71% من الطلبة (50 طالبًا)، ما يشير إلى أن التصميم الجرافيكي يُعتبر أحد المجالات المهمة ضمن أنشطة النادي، وخاصة في إعداد المنشورات والملصقات الترويجية، وهو ما يواكب متطلبات العصر الرقمي.

في المقابل، أشار 32.14% من المشاركين (45 طالبًا) إلى استفادتهم من النادي في إدارة الصفحات والمنصات الرقمية، وهو جانب إداري وتقني يكتسب أهمية متزايدة في ظل التحوّل الإعلامي نحو المنصات الاجتماعية، ويتطلب مهارات خاصة في التفاعل، التوقيت، والتحليل الرقمي.

تبرز هذه النتائج مدى تنوع المهارات الإعلامية التي يمكن لنادي العلوم أن يطورها لدى الطلبة، حيث تتوزع بين الجوانب التقنية (تصوير، مونتاج، تصميم) والجوانب التحريرية والتنظيمية (كتابة صحفية، إدارة المنصات). ويعكس

ذلك رؤية متكاملة لنشاط النادي، باعتباره فضاءً تكوينيًا حقيقيًا يُمكن الطلبة من التعلّم بالممارسة، والتفاعل مع أدوات الإعلام الرقمي المعاصر.

لذلك، يمكن القول إن استثمار النادي في هذه المهارات يعزّز من قابلية التشغيل لدى الطلبة ويؤهلهم للانخراط المهني في ميادين الإعلام والتواصل بعد التخرّج، مما يُعطي لأنشطة النادي بُعدًا تربويًا وتكوينيًا بالغ الأهمية.

الجدول رقم 13 : نادي العلوم يُعتبر منصة تدريب غير رسمية في مجال الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	الخيار
64.29%	90	نعم
35.71%	50	لا
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

تظهر نتائج هذا الجدول أن أغلبية المشاركين في الاستبيان، بنسبة (64.29% ما يعادل 90 طالبًا)، يرون في نادي العلوم منصة تدريب غير رسمية في مجال الإعلام. ويُعدّ هذا الرأي مؤشرًا قويًا على الدور العملي الذي يلعبه النادي في تطوير المهارات الإعلامية للطلبة خارج الإطار الأكاديمي الرسمي، من خلال الاحتكاك المباشر بتجارب واقعية في التغطية والتصوير والتحرير والتصميم.

هذا التصوّر يعكس مدى ثقة الطلبة في القيمة التكوينية لأنشطة النادي، كما يشير إلى إدراك متزايد بأهمية التعلّم التطبيقي والتشاركي الذي يُقدّمه الفضاء الطلابي غير الرسمي. فالنادي لا يُنظر إليه فقط كهيئة تنظيمية للنشاطات، بل كمدرسة إعلامية ميدانية تتيح للطلبة فرص اكتساب خبرات عملية، وتجريب أدوات وتقنيات الإعلام المعاصر.

في المقابل، يرى 35.71% من الطلبة (50 طالبًا) أن النادي لا يُمثّل منصة تدريب حقيقية، وهو ما قد يعود إلى عدة أسباب منها قلة انخراطهم في النشاطات، أو محدودية الموارد، أو الحاجة إلى مزيد من التنظيم والتوجيه داخل النادي.

تكشف هذه النتائج عن تصوّر إيجابيٍ غالبٍ لدور نادي العلوم كفضاء تكويني حرّ وغير رسمي، يُسهم في صقل مهارات الطلبة الإعلامية. كما تُبرز أهمية العمل على تعزيز هذا الدور من خلال التكوينات، والتوجيه، وتوفير الأدوات المناسبة، حتى يتحقق التكامل بين التعليم الأكاديمي الرسمي والتجربة الميدانية الحرة، ويُصبح النادي منصة حقيقية لدعم قابلية التشغيل وبناء كفاءات شبابية إعلامية واعدة.

الجدول رقم 14 : رايك في العبارات

النسبة المئوية	التكرار	العبارة
28.57%	40	أطمح أن أصبح إعلاميًا وأرى في النادي وسيلة لذلك
39.29%	55	أنشط في الإعلام فقط كهواية عبر النادي
32.14%	45	لا أهتم بالإعلام رغم متابعتي لأنشطة النادي
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

يكشف هذا الجدول عن تنوّع التوجّهات والدوافع لدى المشاركين تجاه النشاط الإعلامي في إطار النادي. فقد أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من الأفراد (39.29%) يمارسون الإعلام كهواية فقط من خلال النادي، ما يدل على أن العمل الإعلامي يمثل بالنسبة لهؤلاء وسيلة للتعبير عن الذات وتنمية المهارات الشخصية، دون أن يرتبط ذلك بطموح مهني واضح. ويعكس ذلك أهمية الأندية الإعلامية في توفير فضاء حر وآمن للهواة لممارسة نشاطاتهم دون ضغوط أو التزامات احترافية.

أما الفئة الثانية، والتي تمثل نسبة 28.57%، فقد عبّرت عن طموحها في احتراف المجال الإعلامي، وتعتبر النادي منطلقًا فعليًا لتحقيق هذا الهدف. هذه النتيجة تبرز دور النادي ليس فقط في دعم المهارات والهوايات، بل أيضًا في التأسيس لمسار مهني لدى بعض الأعضاء الذين يرون في الأنشطة الإعلامية ركيزة لمستقبلهم.

في المقابل، تُظهر نسبة 32.14% من الأفراد عدم اهتمامهم بالعمل الإعلامي رغم متابعتهم لأنشطة النادي، وهو ما قد يُفسّر بعدم توافق اهتماماتهم مع طبيعة العمل الإعلامي، أو ربما يعود إلى ضعف الارتباط بالأنشطة الإعلامية

مقارنة بأنشطة أخرى داخل النادي. كما قد يشير ذلك إلى حاجة النادي لتوسيع دائرة الجذب وتقديم أنشطة إعلامية أكثر تنوعاً وتفاعلاً.

بصورة عامة، يبيّن الجدول أن النادي يشكّل منصة مهمة تجمع بين الهواة والطامحين للاحتراف، وتفتح مجالاً للتعبير والمشاركة، مع وجود نسبة معتبرة تتابع لكنها لا تبدي اهتماماً بالجمال، مما يستدعي مزيداً من الدراسة لفهم أسباب هذا العزوف النسبي والعمل على تطوير الأنشطة بما يلي تطلعات الجميع.

الجدول رقم 15 : مساهمة النادي في اكتشاف وتكوين المواهب الإعلامية بين الطلبة

النسبة المئوية	التكرار	التقييم
25.00%	35	فعالة جداً
42.86%	60	فعالة نوعاً ما
14.29%	20	غير فعالة
17.86%	25	لا أعلم
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبتين

يعكس هذا الجدول تقييم الطلبة لدور النادي في مجال اكتشاف وتكوين المواهب الإعلامية، ويظهر أن فئة معتبرة من المشاركين ترى أن مساهمة النادي كانت بدرجات متفاوتة من الفعالية.

فقد أشار 42.86% من الطلبة إلى أن مساهمة النادي في هذا المجال "فعالة نوعاً ما"، وهو ما يدل على إدراك نسبي لوجود جهود مبدولة من طرف النادي لاكتشاف وصقل المواهب، ولو أن هذه الجهود قد تكون بحاجة إلى مزيد من الدعم أو التنظيم لكي تكتسب طابعاً أكثر منهجية وفعالية. ويُفهم من ذلك أن هناك أساساً جيداً يمكن البناء عليه لتطوير برامج التكوين الإعلامي الموجهة للطلبة.

من جهة أخرى، يرى 25% من المشاركين أن مساهمة النادي "فعالة جداً"، وهي نسبة لا يُستهان بها، تشير إلى أن فئة من الطلبة قد استفادت بشكل ملموس من أنشطة النادي في تنمية قدراتها الإعلامية. ويعكس هذا التقييم

الإيجابي وجود مبادرات أو برامج ناجحة بالفعل في اكتشاف وتوجيه المواهب، ما يعزز من قيمة النادي كرافد تكويني فعال.

وفي المقابل، صرّح 14.29% من الطلبة بأن مساهمة النادي "غير فعالة"، وهو ما قد يُشير إلى شعور بالتقصير أو غياب فرص واضحة أمام بعض الأعضاء للاستفادة من برامج التكوين الإعلامي، أو ربما إلى ضعف الترويج لمثل هذه البرامج داخل النادي.

أما النسبة المتبقية، والبالغة 17.86%، فقد أجابت بـ "لا أعلم"، وهي نسبة تُظهر وجود غموض أو عدم وضوح في المهام التكوينية التي يقوم بها النادي، ما يدل على ضرورة تحسين التواصل والإعلام الداخلي لرفع مستوى الوعي بين الأعضاء بخصوص البرامج التكوينية المتاحة.

المحور الثالث: العلاقة بين نشاط النادي وتفاعل الطلبة مع الإعلام الجامعي

الجدول رقم 16 : تفاعلت (تعليق، إعجاب، مشاركة) مع منشورات نادي العلوم

النسبة المئوية	التكرار	الخيار
14.29%	20	يوميًا
25.00%	35	أسبوعيًا
39.29%	55	نادراً
21.43%	30	لا أتفاعل
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

يعكس هذا الجدول مستوى تفاعل الطلبة مع منشورات نادي العلوم عبر وسائل التواصل، ويُظهر تفاوتاً ملحوظاً في درجة التفاعل، ما يعكس تبايناً في مدى الاهتمام أو الارتباط بمحتوى المنشورات.

يتبين من النتائج أن 39.29% من المشاركين يتفاعلون "نادراً" مع منشورات النادي، وهي النسبة الأكبر، ما يدل على وجود نوع من المتابعة العابرة أو غير المنتظمة. هذا التفاعل المحدود قد يعود إلى أسباب متعددة، مثل ضعف جاذبية المحتوى، أو انشغال الطلبة، أو عدم توفر الدافعية الكافية للمشاركة الفعلية.

في المقابل، أفاد 25% من الطلبة أنهم يتفاعلون "أسبوعيًا"، ما يُعد مؤشرًا إيجابيًا على وجود قاعدة متابعة ثابتة ومتكررة للنادي. كما أن 14.29% يتفاعلون "يوميًا"، وهي نسبة تمثل الفئة الأكثر حيوية وارتباطاً بالنشاط الرقمي للنادي، وتشير إلى اهتمام واضح وحرص على مواكبة كل جديد.

أما النسبة الباقية، 21.43%، فصرّحت بعدم التفاعل مطلقاً، ما يكشف عن فجوة في الوصول إلى جزء من الجمهور المستهدف أو ضعف الاهتمام من جانبهم، وهو ما يستدعي إعادة النظر في أساليب النشر، نوعية المحتوى، وتوقيت التفاعل.

تبرز هذه المعطيات الحاجة إلى تنشيط الحضور الرقمي لنادي العلوم من خلال تحسين جودة المنشورات، وتوظيف عناصر التشويق والتفاعل مثل الصور، الفيديوهات، والمسابقات، مع العمل على استهداف الفئة غير المتفاعلة بشكل خاص. كما يمكن اعتماد استراتيجيات تحفيزية لجذب فئة "المتابعين النادرين" وتحويلهم إلى فئة نشطة وداعمة للنشاط الإعلامي الرقمي.

الجدول رقم 17 : أهم دافع يجعلك تتابع محتوى النادي

النسبة المئوية	التكرار	الدافع
35.71%	50	المحتوى العلمي الجيد
28.57%	40	الأسلوب الإعلامي الجذاب
17.86%	25	زملائي يشاركونه
17.86%	25	لا أتابعه أساساً
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

تظهر النتائج أن العامل الأكثر جذباً هو "المحتوى العلمي الجيد"، حيث اختاره 35.71% من المشاركين (50 طالباً)، ما يدل على أن جودة المعلومة العلمية المعروضة هي العنصر الأساسي الذي يجذب انتباه الطلبة. وهذا يعكس طبيعة الجمهور الجامعي الذي يميل إلى المحتوى الهادف والغني بالمعلومة، ويؤكد على ضرورة الاستثمار في تقديم مواد علمية دقيقة، حديثة، وسهلة الفهم.

يليه في المرتبة الثانية "الأسلوب الإعلامي الجذاب" بنسبة 28.57% (40 مشاركاً)، ما يُبرز أهمية الطريقة التي يتم بها تقديم المحتوى، سواء من حيث الشكل البصري، اللغة المستعملة، العناوين المشوقة، أو الوسائط المرافقة مثل الصور والفيديوهات. هذا المعطى يشير إلى ضرورة الدمج بين العمق العلمي والجاذبية الإعلامية لضمان تفاعل أوسع.

أما 17.86% من الطلبة (25 مشاركاً)، فصرّحوا بأنهم يتابعون المحتوى لأن زملاءهم يشاركونه، وهو ما يدل على وجود تأثير اجتماعي في سلوك المتابعة. هذا الجانب مهم في فهم ديناميكية انتشار المحتوى داخل الأوساط الطلابية، ويبرز أهمية تشجيع الطلبة على مشاركة منشورات النادي داخل شبكاتهم.

في المقابل، أشار نفس العدد (17.86%) إلى أنهم لا يتابعون أساسًا محتوى النادي، وهو مؤشر يدعو للتأمل، إذ يشير إلى وجود فجوة في الوصول أو ضعف في التسويق الرقمي للمنشورات. وقد تكون هذه الفئة غير واعية بوجود النادي الرقمي أو غير مهتمة بمضمونه الحالي.

تكشف نتائج هذا الجدول عن ضرورة تحقيق التوازن بين جودة المحتوى العلمي وجاذبية العرض الإعلامي، مع استغلال التأثير الاجتماعي لزيادة الانتشار والتفاعل. كما تدعو النتائج إلى إعادة التفكير في طرق الوصول إلى الفئة غير المتابعة، من خلال حملات تعريفية، أو إشراكهم في أنشطة تفاعلية يمكن أن تعيد اهتمامهم بالمحتوى.

الجدول رقم 18 : النشاط الإعلامي للنادي يؤثر على المشاركة الطلابية في الأنشطة

النسبة المئوية	التكرار	الرأي
39.29%	55	نعم بشكل واضح
28.57%	40	نعم بدرجة بسيطة
17.86%	25	لا أثر
14.29%	20	لا أعلم
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبتين

تشير النتائج إلى أن 39.29% من الطلبة (55 مشاركًا) يرون أن النشاط الإعلامي يؤثر بشكل واضح على مشاركتهم، ما يدل على وجود صلة قوية بين فعالية الاتصال الإعلامي للنادي ودرجة التفاعل الطلابي مع الأنشطة. ويفهم من ذلك أن كلما كان الترويج الإعلامي للنشاطات جيدًا وفعالًا، زاد إقبال الطلبة على المشاركة.

في المقابل، صرّح 40 (28.57% طالبًا) بأن التأثير موجود ولكن بدرجة بسيطة، ما يعني أن بعض الطلبة يطلعون على المحتوى دون أن يدفعهم ذلك دائمًا إلى التفاعل أو الانخراط في النشاطات. هذه الفئة قد تكون بحاجة إلى تحفيز إضافي من خلال تطوير الرسائل الإعلامية أو ربط الأنشطة باهتماماتهم الخاصة.

أما %17.86 من المشاركين (25 طالبًا)، فأنكروا وجود أي أثر للإعلام على مشاركتهم، وهو مؤشر على وجود فئة غير متأثرة بالنشاط الإعلامي الحالي، ربما بسبب ضعف الثقة، أو شعورهم بعدم أهمية الأنشطة، أو بسبب طبيعة المحتوى الإعلامي الذي لا يلبي تطلعاتهم.

وأخيرًا، عبّر %14.29 من المشاركين (20 طالبًا) عن عدم علمهم بوجود هذا الأثر، ما قد يشير إلى ضعف التوعية أو قلة المتابعة لمنصات النادي الإعلامية، الأمر الذي يستدعي تكثيف الجهود لتوسيع نطاق الوصول.

تُظهر هذه النتائج أن الإعلام الجامعي يلعب دورًا مؤثرًا - بدرجات متفاوتة - في تحفيز المشاركة الطلابية في الأنشطة. ورغم أن غالبية الطلبة يقرّون بهذا الأثر، فإن هناك حاجة لتحسين الأداء الإعلامي ليصبح أكثر شمولًا وجذبًا للفئات غير المتفاعلة. ويُوصى بتطوير استراتيجية اتصال فعّالة تعتمد على تقنيات ترويج متنوعة، تستهدف مختلف الفئات الطلابية، وتبرز أهمية المشاركة كقيمة معرفية وتربوية.

الجدول رقم 19 : الانطباعات العامة للطلبة حول نوعية تأثير النشاط الإعلامي لنادي العلوم

النسبة المئوية	عدد الطلاب	التقييم
3.57%	5	سلبي
14.29%	20	محدود
32.14%	45	محايد إيجابي
50.00%	70	إيجابي جدًا
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

يهدف هذا الجدول إلى استقراء الانطباعات العامة للطلبة حول نوعية تأثير النشاط الإعلامي لنادي العلوم على مشاركتهم في الأنشطة الجامعية، من خلال تصنيف الأثر إلى سلبي، محدود، محايد إيجابي، وإيجابي جدًا.

تشير النتائج إلى أن نصف عدد المشاركين (50.00%) أي 70 طالبًا، يرون أن التأثير إيجابي جدًا، وهو ما يدل بوضوح على نجاح النادي في توظيف أدواته الإعلامية لتحفيز الطلبة على المشاركة والانخراط في الحياة الجامعية. هذا

يعكس قدرة النادي على الوصول بفعالية إلى جمهوره المستهدف، واستعمال خطاب إعلامي مؤثر، سواء عبر محتوى مرئي أو مكتوب أو عبر منصات التواصل الاجتماعي.

أما **32.14%** من المشاركين (**45 طالبًا**) فقد قيّموا التأثير على أنه "محايد إيجابي"، أي أنه ليس قويًا بالقدر الكافي، لكنه يميل إلى الإيجابية. وهذا يشير إلى وجود أثر معتدل، قد يتحسن من خلال تعزيز الجودة أو التكرار أو تحسين طرق العرض والإقناع.

في المقابل، يرى **20%** (**14.29%** طالبًا) أن التأثير الإعلامي "محدود"، ما يبرز وجود فجوة في التواصل أو ضعف في الجاذبية الإعلامية لبعض الأنشطة، ويشير إلى ضرورة تحليل الفئات غير المتفاعلة والعمل على فهم أسباب ترددها.

أما النسبة الأقل، والتي تمثل **3.57%** فقط (**5 طلاب**)، فقد صنّفت الأثر على أنه "سلبي"، ما يُعد نسبة ضعيفة لكنها هامة من حيث الدلالة، حيث يمكن أن تكشف عن انتقادات مباشرة لأسلوب الخطاب الإعلامي المستخدم، أو عن عدم توافق بين اهتمامات هؤلاء الطلبة وما يقدمه النادي.

تبرز النتائج أن الأثر الإيجابي للنشاط الإعلامي لنادي العلوم على المشاركة الطلابية هو الغالب بشكل واضح، مع وجود فئات ترى أن هذا الأثر بحاجة إلى تحسين أو إعادة توجيه. وعليه، فإن هذه المعطيات تشجع على مواصلة الاستثمار في النشاط الإعلامي للنادي، مع مراعاة تنوع الوسائط، وتكييف الرسائل لتلائم كافة التوجهات الطلابية.

الجدول رقم 20 : تعزيز التعاون بين إدارة الجامعة ونادي العلوم لتقوية الإعلام الطلابي

النسبة التقريبية	التكرار	الفكرة المقترحة
28.57%	40	توفير دعم لوجستي وتقني من الإدارة للنادي
17.86%	25	منح اعتماد رسمي للمشاركين الإعلاميين الطلابيين
14.29%	20	مشاركة الأساتذة في تغطية الفعاليات وتحليلها
21.43%	30	تمويل معدات تصوير وورش عمل إعلامية
10.71%	15	توحيد منصات الإعلام الجامعي بالتعاون بين الجهتين
7.14%	10	لا توجد إجابة / غير مهتم
100%	140	المجموع

من اعداد الطالبين

يهدف هذا الجدول إلى رصد مقترحات الطلبة بشأن سبل دعم الإعلام الطلابي، من خلال تعزيز الشراكة بين إدارة الجامعة ونادي العلوم.

جاء في المرتبة الأولى اقتراح "توفير دعم لوجستي وتقني من الإدارة للنادي" بنسبة 40 28.57% طالبًا، مما يعكس وعيًا كبيرًا لدى الطلبة بأن الجانب التنظيمي والتقني يعد أساسًا ضروريًا لنجاح أي مشروع إعلامي طلابي، سواء من حيث توفير أدوات الإنتاج أو تسهيل المهام الإدارية والإعلامية.

في المرتبة الثانية، اقترح 30 21.43% طالبًا ضرورة تمويل معدات التصوير وتنظيم ورش عمل إعلامية، ما يبرز حاجة ملموسة لتجهيزات متطورة وتدريب فعلي للطلبة، وهذا ما يُعد مؤشرًا على اهتمامهم بالجانب المهني والتطبيقي في الإعلام الجامعي، بعيدًا عن النظريات المجردة.

من جهة أخرى، يرى 25 17.86% طالبًا أن منح اعتماد رسمي للمشاركين الإعلاميين الطلابيين هو إجراء مهم، ما يدل على رغبة الطلبة في الاعتراف بمجهوداتهم ومهاراتهم في إطار رسمي قد يفيدهم لاحقًا في حياتهم الأكاديمية أو المهنية.

كما أبدى 20 14.29% طالبًا اهتمامهم بمقترح مشاركة الأساتذة في تغطية الفعاليات وتحليلها، في إشارة إلى أهمية إشراك الخبرات الأكاديمية في المحتوى الإعلامي الطلابي لرفع مستواه وتوفير قراءة تحليلية معمقة للأنشطة.

في المقابل، يرى 10.71% 15 طالبًا ضرورة توحيد منصات الإعلام الجامعي بما يعزز التعاون بين مختلف الفاعلين في المؤسسة، وهو مقترح يُعبر عن تطلع لتنسيق الجهود وتفادي التشتت الإعلامي داخل الفضاء الجامعي.

وأخيرًا، عبّر 7.14% 10 طلبة عن عدم اهتمامهم أو عدم تقديمهم لأي مقترح، وهي نسبة قليلة لكنها تعكس فئة غير مندجة إعلاميًا، وقد تستوجب استراتيجيات جذب خاصة.

تكشف نتائج هذا الجدول عن رؤية طلابية متقدمة تدعو إلى شراكة حقيقية بين إدارة الجامعة ونادي العلوم، تركز على الدعم التقني، التكوين الإعلامي، والتقدير الرسمي للمجهودات. إن هذه المعطيات تبرز وعيًا متزايدًا بأهمية الإعلام الطلابي كمجال تواصل وتكويني يجب الاستثمار فيه ضمن إطار مؤسساتي متكامل. ويُوصى من هذا المنطلق بوضع خطة تعاون استراتيجية طويلة المدى بين الإدارة والنادي، تقوم على التكوين، التمويل، والاعتراف الرسمي.

المطلب الثاني: تفسير وتحليل النتائج

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية تنوعًا في آراء الطلبة وتفاعلهم مع النشاط الإعلامي لنادي العلوم، ما يعكس حضورًا معتبرًا لهذا الفضاء الطلابي داخل الجامعة.

انطلاقًا من الجدول رقم 14، تبين أن فئة من الطلبة ترى في النادي منصة لتحقيق طموح إعلامي (28.57%)، بينما ينخرط آخرون فيه كهواية فقط (39.29%)، فيما أعربت فئة ثالثة عن عدم اهتمامها بالإعلام رغم متابعتها لأنشطة النادي (32.14%). ويكشف هذا التنوع عن تباين في الدوافع والأهداف، ما يستدعي من النادي اعتماد برامج مرنة تستوعب مختلف التوجهات.

أما الجدول رقم 15، فقد أشار إلى أن 67.86% من الطلبة يرون في النادي وسيلة فعالة أو فعالة نسبيًا لاكتشاف وتكوين المواهب الإعلامية، ما يؤكد دوره التكويني إلى جانب دوره التواصلي، ويعزز الحاجة إلى دعمه كمركز غير رسمي لتطوير المهارات.

وفي الجدول رقم 16، اتضح أن التفاعل مع محتوى النادي يبقى ضعيفاً نسبياً، حيث أقرّ 39.29% بأنهم يتفاعلون نادراً، و21.43% لا يتفاعلون إطلاقاً. وهذا يتطلب من القائمين على النادي إعادة النظر في نوعية المنشورات، وتوقيت نشرها، وسبل إشراك الجمهور بشكل أكبر.

أما الجدول رقم 17، فقد أبان أن أهم محفز لمتابعة محتوى النادي هو "المحتوى العلمي الجيد" بنسبة 35.71%، يليه "الأسلوب الإعلامي الجذاب" بنسبة 28.57%. ما يدل على ضرورة التوازن بين جودة المضمون وشكل التقديم لجذب جمهور واسع.

وبحسب الجدول رقم 18، فإن النشاط الإعلامي يؤثر إيجاباً على مشاركة الطلبة، حيث يرى 67.86% من المستجوبين أن له تأثيراً واضحاً أو بدرجة بسيطة. وهذا يعكس الدور المحوري للإعلام في تعبئة الطلبة وتحفيزهم على الانخراط في الحياة الجامعية.

وجاء الجدول رقم 19 ليعزز هذه الفكرة، حيث رأى 82.14% من المشاركين أن الأثر الإعلامي إيجابي جداً أو محايد إيجابي، وهي نسبة عالية تؤكد فاعلية الخطاب الإعلامي للنادي في بناء الصورة الإيجابية وتحفيز التفاعل.

وأخيراً، تضمن الجدول رقم 20 مجموعة من المقترحات الطلابية لتقوية الإعلام الجامعي، أبرزها توفير دعم لوجستي وتقني (28.57%)، وتمويل الورش والمعدات (21.43%)، ما يعكس وعياً طلابياً بمتطلبات تطوير هذا القطاع وأهمية تعاون إدارة الجامعة في هذا الشأن.

المطلب الثالث: استنتاج عام

من خلال تحليل الجداول (14 إلى 20)، يتبين أن النشاط الإعلامي لنادي العلوم يحظى بمكانة معتبرة في الوسط الطلابي، سواء من حيث تأثيره على المشاركة أو من حيث إدراك الطلبة لدوره التكويني والإعلامي. كما تعكس النتائج وجود قاعدة جماهيرية تتابع محتوى النادي لأسباب علمية وجمالية، لكنها في بعض الأحيان لا تتفاعل كما يجب، وهو ما يتطلب تطوير أساليب التواصل.

تؤكد الدراسة أيضاً على أهمية الشراكة بين إدارة الجامعة والنادي لتوفير الوسائل والدعم اللازمين لضمان استمرارية وتوسيع تأثير الإعلام الطلابي. وتبرز المقترحات المطروحة من طرف الطلبة رغبة حقيقية في ترسيخ إعلام شبابي جامعي فعال، يلبي تطلعاتهم، ويعزز من انخراطهم في محيطهم الأكاديمي.

بناءً عليه، يمكن القول إن النادي الإعلامي يُعد فاعلاً محورياً في الحياة الجامعية، وينبغي تعزيزه بإستراتيجية مؤسسية شاملة، تدمج فيه التكوين، التمويل، والمرافقة الإدارية.

خاتمة

لقد أبرزت هذه الدراسة الدور المتنامي للنشاط الإعلامي داخل الفضاء الجامعي من خلال النوادي الطلابية، وبشكل خاص نادي العلوم بجامعة الأغواط، الذي بات يشكل منصة فعالة للتعبير والمشاركة، ووسيلة لتطوير المهارات الإعلامية لدى الطلبة. أظهرت النتائج أن فئة واسعة من الطلبة تتفاعل مع محتوى النادي، مدفوعة بجودته العلمية أو بأسلوبه الجذاب، كما اتضح أن للنشاط الإعلامي أثرًا إيجابيًا في تشجيع الانخراط في الأنشطة الجامعية وتعزيز الانتماء للمؤسسة.

ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات تعيق الارتقاء بالإعلام الطلابي إلى مستوى احترافي، أبرزها ضعف الدعم اللوجستي والتقني، وغياب الاعتراف الرسمي بأدوار الطلبة الإعلاميين، إلى جانب الحاجة لمزيد من التنسيق بين إدارة الجامعة والنوادي.

التوصيات والاقتراحات

استنادًا إلى تحليل النتائج، تقترح الدراسة التوصيات التالية:

أولاً: على مستوى إدارة الجامعة

- توفير الدعم اللوجستي والتقني للنوادي الإعلامية (معدات تصوير، برامج مونتاج، قاعات عمل)
- منح اعتماد رسمي للمشاركين في الإعلام الطلابي، بما يعزز مكانتهم ويشجعهم على التطور.
- إدراج برامج تكوينية دورية في الإعلام الجامعي بالتعاون مع أساتذة ومتخصصين.
- دمج الإعلام الطلابي في الاستراتيجية الاتصالية للجامعة، واعتباره شريكًا في تغطية الأنشطة العلمية والثقافية.

ثانياً: على مستوى نادي العلوم والنوادي الطلابية

- تنويع المحتوى الإعلامي ليلبي اهتمامات مختلف شرائح الطلبة (علمي، اجتماعي، توعوي..)
- الحرص على التوازن بين جودة المحتوى والأسلوب الجذاب في تقديم المعلومات.
- تفعيل آليات قياس التفاعل والآراء من خلال استبيانات دورية وتحليل البيانات لتحسين الأداء.

- تشجيع المشاركة الطلابية من خلال فتح المجال للطلبة للمساهمة بمحتوى أو اقتراح مواضيع.

ثالثا: على مستوى الأساتذة والهيئة البيداغوجية

- المساهمة في إنتاج وتحليل المحتوى الإعلامي المتعلق بالأنشطة الأكاديمية.
- تقديم محاضرات توجيهية حول أخلاقيات الإعلام والكتابة العلمية.
- دعم المبادرات الطلابية التي تدمج بين البحث العلمي والنشاط الإعلامي.

قائمة المراجع

أولاً: المصادر

1- ابن منظور، محمد بن مكرم. لسان العرب. بيروت: دار صادر، بدون تاريخ. مجلد 2، ص. 702؛ مجلد 4، مجلد 7،

ثانياً: الكتب

1. الحديدي، محمود. العمل الطلابي في الجامعات: مدخل لتنمية المهارات القيادية. القاهرة: دار الفكر العربي، 2014
2. عبد الله، سامي. التنشيط الطلابي ودوره في بناء شخصية الطالب الجامعي. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2016
3. الشامى، عبد الله. الإعلام والتنمية. دمشق: دار الثقافة، 2004،
4. الزيد، فيصل. نظريات الإعلام والاتصال. الرياض: مكتبة النهضة العربية، 2011،
5. سلاطية، عبد القادر. الإعلام الجامعي والهوية الطلابية. الجزائر: دار هومة، 2020،
6. بلخيري، آمنة. الإعلام والتنمية الجامعية. الجزائر: دار الوعي، 2021
7. الزاهي، عبد الله. الإعلام الجامعي والتنمية الثقافية. الجزائر: دار الخلدونية، 2015
8. حسين، عبد الحميد. الأنشطة الطلابية والتنمية البشرية. القاهرة: دار الفكر العربي، 2013
9. الحاج، محمد الهادي. الإعلام المدرسي ودوره في بناء شخصية المتعلم. القاهرة: دار الفكر العربي، 2016،
10. حسن، آمنة. التربية الإعلامية والوعي المجتمعي عند الناشئة. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2020
11. خليفة، عبد العزيز. الاتصال التربوي ومهارات التواصل لدى الطلاب. بيروت: دار النهضة العربية، 2017
12. رالف لينتون. دراسة الدور الاجتماعي. ترجمة: عبد الحميد حسن. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1965
13. إرفنغ غوفمان. العرض اليومي للذات: دراسة في الإطار التفاعلي للسلوك الاجتماعي. ترجمة: أحمد زايد. بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2008

ثالثا: المقالات العلمية

1. السعيد، أ. م. "دور النوادي الطلابية في تنمية المهارات الاجتماعية والقيادية لدى طلاب الجامعات". *مجلة التربية والتنمية*، 12(3)، 2016
2. الطيري، م. ع. "الأنشطة الطلابية وأثرها في تنمية شخصية الطالب الجامعي". *مجلة العلوم التربوية*، 20(1)، 2014
3. عبد الله، م. ع. "أثر الأنشطة الرياضية في بناء شخصية الطالب الجامعي". *مجلة العلوم الرياضية*، 2018
4. خليفة، م. "الإعلام الجامعي: المفهوم والأدوار في مؤسسات التعليم العالي". *مجلة الدراسات الإعلامية*، 2019
5. بن عيسى، ن. "دور التنشيط الإعلامي في تحفيز المشاركة الطلابية داخل الجامعة". *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، 2017
6. عباس، ع. "الإعلام الجامعي ورهانات الاتصال المؤسسي في الوسط الأكاديمي". *مجلة علوم الإعلام والاتصال*، 12(4)، 2020
7. العابد، س. "الإعلام الجامعي في البيئة الرقمية: من التواصل الورقي إلى التفاعل الإلكتروني". *مجلة علوم الإعلام والاتصال*، 13(1)، 2020
8. العياشي، عبد الله. "الإعلام الجامعي والتنشئة الاجتماعية للطلاب الجامعي". *مجلة الباحث*، جامعة المسيلة، 2018
9. الزهراني، خالد. "أثر النشاط الإعلامي المدرسي في تنمية مهارات الاتصال لدى الطلاب". *المجلة التربوية السعودية*، العدد 12، 2019
10. الصالحي، نوال. "الإعلام المدرسي وأبعاده التربوية والاجتماعية". *مجلة العلوم الاجتماعية والتربوية*، جامعة الجزائر 2، العدد 7، 2021

خامسا: الرسائل الجامعية

1. دويبي، زهير. *دور التنشيط الإعلامي في تعزيز الديناميكية الطلابية*. مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2019
2. بن معمر، سعاد. *الإعلام الطلابي في الجامعة الجزائرية*. منشورات جامعة قسنطينة، 2022

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01: استبيان

جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الانسانية و الحضارية
قسم : علم الاعلام و الاتصال



دور النوادي الطلابية في التنشيط الاعلامي داخل الجامعة دراسة حول نادي العلوم بجامعة الاغواط

إستمارة موجهة للتحكيم للاستاذة

الموضوع : استمارة حول النوادي الطلابية في التنشيط الاعلامي داخل الجامعة ، نضع امام طلبة جامعة عمار ثليجي هذه الاداة التي تهدف الى تعرف على دور النوادي الطلابية في التنشيط الاعلامي داخل الجامعة ، الرجاء منكم ان تقدموا اجاباتكم وان تكون اجابتم موضوعية في مجال الدراسة.

وتكون طريقة الإجابة من خلال وضع علامة (X) في الخانة المناسبة

تحت اشراف :

من اعداد الطالبة:

بوسعيد رندة -

• حشاشنة عائشة

• بوغزة امال

السنة الجامعية : 2025/2024

المعلومات العامة:

الجنس: ذكر أنثى

المستوى الدراسي: ليسانس ماستر

هل سبق لك متابعة أنشطة نادي العلوم؟ نعم لا

المحور الأول: تغطية الأنشطة العلمية داخل الجامعة

في رأيك، ما الوسيلة التي يستخدمها نادي العلوم أكثر لتغطية النشاطات؟

منشورات عبر فيسبوك

فيديوهات وتقارير مصورة

ملصقات ورقية

لا أعلم

يقوم نادي العلوم بتغطية النشاطات العلمية في مختلف الكليات.

صح

خطأ

رتب الوسائل التالية حسب الأكثر متابعة من طرفك

صفحة فيسبوك للنادي

التغطيات الميدانية داخل الكلية

العروض التقديمية داخل المدرجات

الرسائل الجامعية الرسمية

هل سمعت يوماً عن فعالية علمية من خلال نادي العلوم؟

نعم، عدة مرات

نعم، مرة واحدة

لا أذكر

لا

ما تقييمك العام لتغطية نادي العلوم لأنشطة الجامعة؟

- ممتازة
 جيدة
 مقبولة
 ضعيفة

ما هو اقتراحك لتطوير تغطية النادي للأنشطة العلمية؟

.....
المحور الثاني: تكوين إعلاميين طلابيين من خلال التجربة العملية

شاركت سابقاً في إعداد محتوى إعلامي ضمن أنشطة نادي العلوم.

- نعم
 لا

إلى أي مدى توافق مع العبارة التالية:

"يساهم النادي في تطوير مهاراتي الإعلامية".

- نعم
 لا

ما المهارات التي تعتقد أن النادي يساعد على تطويرها؟ (يمكن اختيار أكثر من واحدة)

- الكتابة الصحفية
 التصميم الرقمي
 التصوير والمونتاج
 إدارة الصفحات والمنصات

هل ترى أن نادي العلوم يُعتبر منصة تدريب غير رسمية في مجال الإعلام؟

- نعم
 لا

اختر العبارة التي تعبر أكثر عن رأيك:

- أطمح أن أصبح إعلامياً وأرى في النادي وسيلة لذلك
- أنشط في الإعلام فقط كهواية عبر النادي
- لا أهتم بالإعلام رغم متابعتي لأنشطة النادي

كيف ترى مساهمة النادي في اكتشاف وتكوين المواهب الإعلامية بين الطلبة؟

- فعالة جداً
- فعالة نوعاً ما
- غير فعالة
- لا أعلم

المحور الثالث: العلاقة بين نشاط النادي وتفاعل الطلبة مع الإعلام الجامعي

كم مرة تفاعلت (تعليق، إعجاب، مشاركة) مع منشورات نادي العلوم؟

- يومياً
- أسبوعياً
- نادراً
- لا أتفاعل

اختر أهم دافع يجعلك تتابع محتوى النادي:

- المحتوى العلمي الجيد
- الأسلوب الإعلامي الجذاب
- زملائي يشاركونه
- لا أتابعه أساساً

في رأيك، هل النشاط الإعلامي للنادي يؤثر على المشاركة الطلابية في الأنشطة؟

- نعم بشكل واضح
- نعم بدرجة بسيطة
- لا أثر
- لا أعلم

قيّم تأثير إعلام النادي على نظرتك للأنشطة الجامعية:

- سلبى محدود محايد إيجابى إيجابى جدًا

ما رأيك في تعزيز التعاون بين إدارة الجامعة ونادي العلوم لتقوية الإعلام الطلابي؟

.....

.....

الملحق 02: مخرجات برنامج spss

الجدول 01

النسبة المئوية المتراكمة النسبية (%) التكرار الجنس			
ذكر	60	42.9%	42.9%
أنثى	80	57.1%	100.0%
المجموع	140	100.0%	—

الجدول 02

النسبة المئوية المتراكمة النسبية (%) التكرار المستوى			
ليسانس	90	64.3%	64.3%
ماستر	50	35.7%	100.0%
المجموع	140	100.0%	—

الجدول 03

النسبة المئوية المتراكمة النسبية (%) التكرار الخيار			
نعم	85	60.7%	60.7%
لا	55	39.3%	100.0%

النسبة المنوية المتراكمة النسبة(%) التكرار الخيار

المجموع 140 100.0% —

04 الجدول

النسبة المتراكمة النسبة(%) التكرار الوسيلة

منشورات عبر فيسبوك	60	42.9%	42.9%
فيديوهات وتقارير مصورة	35	25.0%	67.9%
ملصقات ورقية	20	14.3%	82.1%
لا أعلم	25	17.9%	100.0%
المجموع	140	100.0%	—

05 الجدول

النسبة المتراكمة النسبة(%) التكرار الرأي

صح	95	67.9%	67.9%
خطأ	45	32.1%	100.0%
المجموع	140	100.0%	—

06 الجدول

الوسيلة	النسبة (%)	التكرار
صفحة فيسبوك للنادي	39.3%	55
التغطيات الميدانية داخل الكلية	28.6%	40
العروض التقديمية داخل المدرجات	21.4%	30
الرسائل الجامعية الرسمية	10.7%	15
المجموع	100.0%	140

07 الجدول

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
مرات عدة نعم،	50	35.71%
واحدة مرة نعم،	30	21.43%
أذكر لا	25	17.86%
لا	35	25.00%

08 الجدول

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
ممتازة	20	14.29%
جيدة	55	39.29%
مقبولة	40	28.57%
ضعيفة	25	17.86%

الجدول 09

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
إنستغرام،) متعددة منصات استخدام (...يوتيوب)	40	28.57%
في المباشرة الميدانية التغطية تعزيز الكليات	25	17.86%
واحترافية مصورة تقارير تنظيم	20	14.29%
كمراسلين التغطية في الطلبة إشراك ميدانيين	18	12.86%
المرئي المحتوى جودة تحسين (تصميم صوت، تصوير،)	15	10.71%
موسمية وغير منتظمة تغطية	12	8.57%
التغطيات لجدولة الأقسام مع التواصل	10	7.14%

الجدول 10

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
نعم	50	35.71%
لا	90	64.29%

الجدول 11

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
نعم	85	60.71%
لا	55	39.29%

الجدول 12

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
----------------	---------	----------------

الصحفية الكتابة	65	28.26%
الرقمي التصميم	50	21.74%
والمونتاج التصوير	70	30.43%
والمنصات الصفحات إدارة	45	19.57%

الجدول 13

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
نعم	90	64.29%
لا	50	35.71%

الجدول 14

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
في وأرى إعلاميًا أصبح أن أطمح لذلك وسيلة النادي	40	28.57%
عبر كهواية فقط الإعلام في أنشط النادي	55	39.29%
لأنشطة متابعتي رغم بالإعلام أهتم لا النادي	45	32.14%

الجدول 15

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
جدًا فعالة	35	25.00%
ما نوعًا فعالة	60	42.86%
فعالة غير	20	14.29%
أعلم لا	25	17.86%

الجدول 16

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
يوميًا	20	14.29%
أسبوعيًا	35	25.00%
نادرًا	55	39.29%
أفعل لا	30	21.43%

الجدول 17

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
الجيد العلمي المحتوى	50	35.71%
ال جذاب الإعلامي الأسلوب	40	28.57%
يشاركونه زملائي	25	17.86%
أساسًا أتابعه لا	25	17.86%

الجدول 18

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
واضح بشكل نعم	55	39.29%
بسيطة بدرجة نعم	40	28.57%
أثر لا	25	17.86%
أعلم لا	20	14.29%

الجدول 19

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
سلبي	5	3.57%

محدود	20	14.29%
إيجابي محايد	45	32.14%
جدًا إيجابي	70	50.00%

20 الجدول

الفئة / الخيار	التكرار	المئوية النسبة
الإدارة من وتقني لوجستي دعم توفير للنادي	40	28.57%
للمشاركين رسمي اعتماد منح الطلابيين الإعلاميين	25	17.86%
الفعاليات تغطية في الأساتذة مشاركة وتحليلها	20	14.29%
عمل وورش تصوير معدات تمويل إعلامية	30	21.43%
الجامعي الإعلام منصات توحيد الجهتين بين بالتعاون	15	10.71%
مهتم غير / إجابة توجد لا	10	7.14%